

Nell Haynes



LAS REDES SOCIALES



EN



EL NORTE DE CHILE



UCLPRESS

LAS REDES SOCIALES
EN EL NORTE DE CHILE

Esta edición de acceso abierto fue publicada en 2019 por UCL Press.
University College London
Gower Street
Londres WC1E 6BT
Disponible para descarga gratuita: www.ucl.ac.uk/ucl-press

Publicado en España por Pehuén Editores:
ISBN: 978-956-16-07XX-X (impreso)

Texto © Nell Haynes, 2016
Imágenes © Nell Haynes, 2016

Un registro de catálogo CIP para este libro está disponible en: The British Library.

Este libro se publica bajo la licencia internacional de Creative Commons Attribution Non-commercial Non-derivative 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0). Esta licencia le permite compartir, copiar, distribuir y transmitir el trabajo para uso personal y no comercial, siempre que se indique claramente la atribución del autor y el editor. Más detalles sobre las licencias de CC BY están disponibles en <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

ISBN: 978-1-78735-795-2 (PDF)
DOI: <https://doi.org/10.14324/111.9781787357952>

Nell Haynes

LAS REDES SOCIALES
EN EL NORTE DE CHILE

 **UCL**PRESS

AGRADECIMIENTOS

Este libro es un producto de mi investigación postdoctoral como parte del Estudio Global de Impacto a las Redes Sociales. Por supuesto, ningún libro es un proyecto completamente individual, pero este volumen en particular se ha nutrido de la colaboración y asistencia de muchas personas. El equipo del Estudio Global de Impacto en las Redes Sociales, que me dio la bienvenida, compartió conmigo y me enseñó tantas lecciones importantes ha sido invaluable para este trabajo. Elisabetta Costa, Tom McDonald, Razvan Nicolescu, Jolynna Sinanan, Juliano Spyer, Shriram Venkatraman y Xinyuan Yang han sido los mejores colegas, colaboradores y amigos que cualquiera podría desear. Daniel Miller, nuestro intrépido líder, ha sido especialmente importante para el desarrollo de este libro. Pero mi beca de investigación posdoctoral se realizó en el Centro Interdisciplinario de Estudios Interculturales e Indígenas de la Pontificia Universidad Católica de Chile, financiado por el CONICYT de Chile-FONDAP15110006, al cual estoy agradecida por el apoyo financiero y académico. También agradezco haberme beneficiado de la financiación principal del proyecto de la subvención ERC-2011-AdG-295486 Socnet del Consejo Europeo de Investigación. En la Universidad Católica he tenido la suerte de trabajar con Jaime Coquelet, Helene Risør, Marjorie Murray, Piergiorgio di Giminiani y sus amigas y colaboradoras de toda la vida, Paula Seravia, y Jorge Montesinos.

Esta investigación no hubiera sido posible sin la ayuda y el apoyo de la gente de Alto Hospicio, Chile. En particular, la ayuda de Jorge Castro Garete como asistente de investigación en julio y agosto de 2014 fue fundamental. También estoy en deuda con las personas que dieron su tiempo y conocimiento, y con frecuencia me ofrecieron sus casas, comida, vehículos y cualquier cantidad de otros recursos para ayudarme. Primero debo agradecer a Jair Andrés Correa Garamuño, quien no solo brindó todo esto sino que también fue un gran apoyo emocional durante algunos de los momentos más difíciles del trabajo

de campo. Guillermo López y Cristian Schlick también proporcionaron apoyo emocional instrumental y un respiro necesario ocasional durante los meses de terreno. También me gustaría agradecer a la familia Correa Garamuño, la familia Cornejo Ferrest y Michelle Cornejo en particular, así como José Vilches, Eduardo Callo, Marcela Rojas, David Urrea y Alex Vilches.

También doy las gracias a varios colegas que leyeron borradores de diferentes capítulos y proporcionaron comentarios útiles. Estoy agradecida por el apoyo de Matthew Thomann, Elijah Edelman, Joowon Park, William Leap, Bryan McNeil, Adrienne Pine, Dylan Kerrigan, Harjant Gill, Luis Landa, Rebecca Stone Gordon, Gregory Mitchell y Mark Cartwright. Los ex mentores Helen B. Schwartzman, E. Patrick Johnson y el fallecido Dwight Conquergood merecen también mi agradecimiento. No puedo dejar de mencionar a aquellos amigos que he conocido en Sudamérica, que de diferentes maneras han estado presentes y han sido solidarios, como Mauricio Salazar Jemio, Gustavo Palacios, Carlos Mendoza Martínez, Kicho Jiménez Ross, Rodrigo Jiménez Ross, Raquel Canales Molina, Roger Durán, Lysanne Merkenstein, Michael Poteet, Alex White, Juan Carrizo Ibarra, Orlando Compton, Lorenzo Dolcetti y Andrés Sánchez. Pero lo más importante, debo agradecer a mis padres, Mary y Thomas Haynes, y mi hermana, Ida Haynes, quienes siempre me han alentado a explorar nuevos lugares y probar cosas nuevas. También han sido un salvavidas durante los tiempos más difíciles del trabajo de campo y los momentos más estresantes de la escritura y la edición. Sin su apoyo, este libro no hubiera sido posible.

INTRODUCCIÓN A LA SERIE *WHY WE POST*

Este libro es uno de una serie de once títulos. Existen nueve monografías dedicadas a sitios de estudio específicos (incluido este volumen) en Brasil, Chile, China, Inglaterra, India, Italia, Trinidad y Turquía, que se publicarán en 2016-2017. La serie también incluye un libro comparativo sobre todos nuestros hallazgos, publicado para acompañar este volumen, y un libro final que contrasta los elementos visuales que los usuarios de Facebook publican en el sitio de terreno inglés con los de Trinidad y Tobago.

Cuando le contamos a la gente que hemos escrito nueve monografías sobre las redes sociales en todo el mundo, y que todas tienen los mismos títulos en sus capítulos (aparte del capítulo 5), les preocupa la posible repetición. Sin embargo, si usted decide leer varios de estos libros (y esperamos que lo haga), verá que este método ha sido útil para mostrar exactamente lo contrario. Cada libro es tan individual y distinto como si se tratara cada vez de un tema diferente.

Este es quizás nuestro hallazgo más importante. La mayoría de los estudios de Internet y las redes sociales se basan en métodos de investigación que suponen que podemos generalizar sobre diferentes grupos. Miramos los *tuits* en un lugar y escribimos sobre Twitter. Llevamos a cabo estudios sobre las redes sociales y la amistad en una sola población, y luego escribimos sobre el tema como si la amistad significara lo mismo para todas las poblaciones. Al presentar nueve libros con los mismos títulos de capítulos, usted puede juzgar por sí mismo qué tipos de generalizaciones son, o no, posibles.

Nuestra intención no es evaluar las redes sociales, ya sea positiva o negativamente. En cambio, nuestro propósito es educativo, y por esta razón proporcionamos evidencia detallada de lo que las redes sociales se han convertido en cada lugar, y sus consecuencias locales, incluyendo las evaluaciones de cada sitio.

Cada libro se basa en 15 meses de investigación durante los cuales la mayoría de los antropólogos vivieron, trabajaron e interactuaron con personas en el idioma local. Sin embargo, difieren de la tradición dominante de escribir

libros de ciencias sociales. En primer lugar, no se relacionan con las literaturas académicas en las redes sociales. Sería altamente repetitivo tener las mismas discusiones en los nueve libros. En cambio, las discusiones de estas literaturas se encuentran en nuestro libro comparativo *Cómo el Mundo Cambió las Redes Sociales*. En segundo lugar, estas monografías no son comparativas, siendo esta la función principal de este otro volumen. En tercer lugar, dado el inmenso interés de los medios sociales por parte del público en general, hemos tratado de escribir en un estilo accesible y abierto. Esto significa que hemos adoptado un modo más común en la escritura histórica al mantener todas las citas y la discusión de los temas académicos más amplias en las notas finales. Si lo prefiere, puede leer una narrativa simple sobre nuestros hallazgos. Pero si desea leer un libro académico más convencional que relacione el material con su contexto académico, puede hacerlo refiriéndose a las notas al final.

Esperamos que disfrute de los resultados, y que lea también nuestro libro comparativo, y tal vez algunas de las otras monografías, además de este volumen.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN: EN LÍNEA Y EN EL MARGEN EN ALTO HOSPICIO, CHILE

El 18 de septiembre de 2014, en Chile día de las Fiestas Patrias, Nicole, de 24 años, se despertó temprano en el apartamento familiar. Miró por la ventana, desde donde se ve Alto Hospicio, en el norte del país. Su madre estaba preparando en la cocina comida para la ocasión y su padre acababa de llegar a casa después de un largo turno de una semana como operario de maquinaria pesada en una gran mina de cobre a unas horas de la ciudad. A través de las finas paredes de la casa todavía podía oír a su hermano pequeño roncar. Como de costumbre, alcanzó su Iphone 4 de segunda mano para enviar a través de Facebook un mensaje a Martín, su novio desde hace cinco años, para darle los buenos días. Después de leer unas cuantas publicaciones deseando a todos unas buenas vacaciones, escribió uno propio relativo a las Fiestas Patrias:

—Primero, soy HOSPICIANA, después, soy NORTINA, y por último, soy chilena ¡Viva Alto Hospicio! ¡Viva el Norte!

Con esta breve publicación Nicole hizo una declaración de lealtades: primero a su ciudad, después a su región y sólo en tercer lugar a su país, incluso en el día de la fiesta nacional. En muchos sentidos lo utilizó para establecer como imagina su lugar en el mundo y como entiende su relación con comunidades más grandes a las que también pertenece. Alto Hospicio se considera una ciudad marginal en una región periférica en el extremo norte del país. Al enfatizar estas formas más locales de identificarse en vez que su orgullo nacional, destaca su propia marginalidad como ciudadana. Especialmente durante las Fiestas Patrias, periodo cargado de simbolismos nacionales, es cuando escribe ¡Viva Alto Hospicio! ¡Viva el norte!, dejando de lado el más común ¡Viva Chile!

Las declaraciones de lealtad de Nicole a su ciudad, la región y la nación son particularmente emotivas, tal como se transmiten a través de las redes sociales, una forma de comunicación que se le supone que existe más allá de cualquier frontera. Las redes sociales se asocian con redes globales libres de estados naciones, diferencias geográficas e incluso culturales. Sin embargo, Nicole utilizó precisamente este medio para declarar cierto tipo de ciudadanía basada en el lugar.

Ciudadanía, en su uso coloquial, generalmente se entiende como la pertenencia de un individuo a una comunidad política y geográfica. Incluye la situación jurídica en relación a un órgano de gobierno, pero también su participación en lo público definidas por ese órgano rector. Esto se extiende desde pequeñas comunidades locales, cara a cara, en las que una acción como la recogida de basura hace que uno sea “un buen ciudadano” a las comunidades mucho más grandes como la nación, o incluso un sentido de “ciudadanía” donde la mayoría de los miembros no se conocen personalmente pero igual sienten la obligación de contribuir al bien colectivo.

El significado de ciudadanía varía considerablemente en diferentes contextos históricos, físicos y culturales. Bosniak propone concebir a la ciudadanía como un conjunto de hilos entretnejidos que incluyen el estatus legal dentro de una comunidad organizada, los derechos de dichas comunidades, la participación pública y el sentimiento de pertenencia¹. Teniendo en cuenta estas diferentes concepciones de ciudadanía que nos permiten distinguirlas entre ellas, al mismo tiempo reconoce que siempre se entrelazan. Estos diversos significados a veces se complementan y en otras ocasiones puede haber tensión entre ellos. Como muestra la publicación de Nicole, la ciudadanía a menudo está profundamente conectada con la comprensión de quienes, dónde y cómo existen en el mundo.

En los enfoques más tradicionales de la ciudadanía se reconoce el papel de los medios de comunicación en su construcción, particularmente en términos de pertenencia y nacionalismo. Benedict Anderson, por ejemplo, al hacer el seguimiento de la difusión de los medios impresos desde la Revolución Industrial, sugiere que los nativos de diferentes lenguas como el inglés o el castellano pueden haberse encontrado con dificultades para entender a personas de otra región, incluso aunque hablen el mismo idioma. Con el surgimiento de los periódicos de tirada nacional, sin embargo, se comenzó a visualizar como similares a los otros integrantes del resto del país, que también eran lectores de los mismos periódicos, y comenzaron a entender la nación como una “comunidad imaginada”². Con

¹ Bosniak, L. S. 2001. “Denationalizing Citizenship”. En: Aleinikoff, T. A. and D. Klusmeyer, eds. *Citizenship: Comparison and Perspectives*. Carnegie Endowment For International Peace. Washington DC. Ver también Bloemraad, I., Korteweg, A. and Yurdakul, G. 2008. “Citizenship and Immigration: Multiculturalism, Assimilation, and Challenges to the Nation-State”. *Annual Review of Sociology* 34: 153-79, 154.

² Anderson, B. 1983. *Imagined Communities*. London: Verso.

la aparición de internet como vehículo de comunicación, y particularmente con la posibilidad de interacción que caracterizan a las redes sociales, podemos ver como estas comunidades imaginadas traspasan las fronteras nacionales con bastante facilidad.

Anderson de hecho sugiere que la alineación a nivel local de hábitos sociales y culturales, el apego y la participación política en parte se están descifrando gracias a las comunicaciones modernas. Sin embargo, los espacios virtuales también permiten concepciones de ciudadanía que van más allá de definiciones formales, legales y constitucionales para enfatizar “prácticas cotidianas de pertenencia a través de las cuales se gestiona la afiliación social”³. Como vemos en la publicación que Nicole hizo en Facebook, en algunos casos las formas de comunicación globales se convierten en espacios en los que el individuo expresa el yo basándose en el lugar. Y Nicole no está sola. No siempre tan explícitos, los residentes en Alto Hospicio (Chile), a menudo usan las redes sociales para expresar diversas formas de ciudadanía relacionadas con la urbe, región o nación. Al igual que la “esfera pública”, descrita por Habermas⁴ como un dominio de la vida social, en el que la opinión pública puede formarse y debatirse, las redes sociales otorgan un espacio en el que se puede hablar y expresar opiniones. De este modo se genera una comunidad para debatir y cuestionar lo que significa la ciudadanía.

Debido a esta nueva esfera pública que son las redes sociales, en teoría abierta y visible para la gente de casi cualquier parte del mundo, a menudo nos resulta fácil asumir que fomenta una ciudadanía cosmopolita, privilegiando la opinión de que todas las personas, independientemente de su ubicación geográfica o afiliaciones políticas, son ciudadanos de una misma comunidad. A medida que las fronteras se vuelven cada vez más porosas, en las que el dinero, los bienes, las personas y las ideas fluyen prácticamente sin impedimentos geográficos⁵, la ciudadanía adquiere un nuevo significado. En este contexto, la forma en la

³ Lukose, R. 2009. *Liberalization's Children: Gender, Youth, and Consumer Citizenship in Globalizing India*. Durham, NC: Duke University Press. 9.

⁴ Habermas, J. 1962. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge: Polity Press. 105.

⁵ Ver Castles, S. 2002. “Migration and community formation under conditions of globalization”. *International Migration Review* 36(4): 1143–68; Castles, S. and Davidson, A. 2000. *Citizenship and Migration: Globalization and the Politics of Belonging*. New York: Routledge; Vertovec, S. 2004. “Migrant transnationalism and modes of transformation”. *International Migration Review* 38(3): 970–1001.

Nicole y otros hospiceños le dan importancia a las formas locales de ciudadanía, se hace aún más significativo ya que se trata de una zona marginada. Las redes sociales son un medio ideal para estudiar estos tipos de autoexpresiones. Las hacen visibles tanto a los hospiceños como al observador etnográfico.

Los hospiceños contrastan sus experiencias con las de la ciudadanía de tipo nacional o global, que suelen ir unidas a la circulación de personas e ideas, promoviendo el sentido de solidaridad dentro de la comunidad en vez de enfatizar sus diferencias. A estos individuos se les identifica por las formas que destacan su afiliación local, a su vez conectada con la familia, las redes sociales, el trabajo y la política en su comunidad. Cuando los hospiceños expresan su identificación a través de las redes sociales a menudo refuerzan de maneras sorprendentes los valores que los regulan. Este libro esclarece las formas en que los hospiceños usan las redes sociales como medio para resaltar ciertos discursos y borrar otros con el fin de mantener la normatividad y redefinir la ciudadanía desde una posición marginal.

En este libro los asuntos sobre ciudadanía, marginalidad y normatividad son pertinentes al debate sobre redes sociales debido a que, especialmente en zonas marginadas, las redes sociales se han convertido en el lugar más prominente de la esfera pública en las que la ciudadanía puede expresar sus demandas y reclamaciones. En Alto Hospicio, la mayor parte de lo que la gente publica en las redes sociales está relacionado de alguna forma con el desempeño o el análisis de lo que significa ser un buen ciudadano⁶. Por supuesto que no todo lo publicado expresa explícitamente que tratan sobre la ciudadanía, como Nicole hizo el día de las fiestas patrias. En su lugar la mayoría de los mensajes de los hospiceños se enmascaran en memes divertidos, videos graciosos, fotos triviales o en un recuento intrascendente de los eventos del día en sus actualizaciones de estado. Cuando se formulan como afirmaciones de su marginalidad realmente representan una forma normativa de ciudadanía y se revela el extraordinario potencial de una publicación corriente.

⁶ Ver Pêcheux, M. 1982. *Language, Semantics, and Ideology*. New York: St. Martin's Press. 157; Muñoz, J. 1999. *Disidentifications: Queers of Color and the Performance of Politics*. Minneapolis: University of Minnesota Press. 157-60.

¡Viva Alto Hospicio!

Cuando Nicole escribió su publicación en Facebook declarando que “primero soy hospiciana” comparte lo importante que es su conexión con Alto Hospicio y se posiciona como uno de los 100.000 habitantes de esta ciudad situada casi en el centro geográfico de la región del Norte Grande de Chile. Alto Hospicio se encuentra en una duna con vistas al océano Pacífico. A primera vista hay pocas cosas que lo hagan parecer un lugar hospitalario.

El Norte Grande está rodeado por el desierto de Atacama, el más seco del mundo, y su paisaje es árido y yermo. La arena lo impregna todo. La mayoría de los caminos de la ciudad están pavimentados, pero cubiertos de una capa de arena, tiéndolos del mismo color neutro de los solares vacíos llenos de montones de basura. Los coches recorren las calles de un extremo a otro cubiertos también por una fina capa de polvo arenoso. La mayoría de las casas están construidas con bloques de cemento pintado o ladrillos, techos planos y rodeadas por una valla. A los perros que yacen tumbados en las aceras también los cubre la arena. La precipitación media anual es de aproximadamente 1mm, por lo que casi no existe vegetación, a parte de alguna plaza con palmeras, flores y pasto cultivados artificialmente. Los parques con juegos para niños y las canchas de baloncesto de suelo de cemento, y la pintura descolorida y con desconchones, son comunes y se usan bastante. En las tiendas que hay en las esquinas las mercancías sobresalen hacia la calle y los carteles con publicidad tienen los colores desvanecidos, como si hubiesen sido impresos a mediados de los ochenta. En las concurridas calles y plazas los vendedores exponen sus productos sobre mantas. Hay de todo, desde productos frescos y comida para llevar hasta útiles escolares y ropa usada.

A pesar de sus 100.000 habitantes, Alto Hospicio da la sensación de ser una pequeña ciudad que aún continúa expandiéndose. La zona comercial ocupa sólo tres manzanas muy concurridas e incluye las oficinas del ayuntamiento, un centro cultural, varios bancos, dos supermercados y lo que parecen 100 peluquerías para caballeros. La ciudad comenzó a crecer a principios de los noventa, pasando de 9.000 habitantes en 1992 a más de 90.000 una década más tarde. Sólo desde el 2004 ha sido oficialmente reconocido como un municipio. Aunque es una ciudad nueva, todo parece usado y descolorido. Nada en Alto Hospicio parece brillante o fresco.

Si se le echa un vistazo a los perfiles en las redes sociales de los jóvenes hospiceños plasman esta realidad. Se hacen *selfies* en frente de sus polvorientos recintos escolares o en sus casas, generalmente decoradas con muebles y ropa de

Figura 1.1
Mapa de Chile que muestra Alto Hospicio, cerca de Iquique
y la capital nacional, Santiago



hogar comprados de segunda mano en la feria al aire libre de la ciudad. Incluso los memes humorísticos, tan populares entre los chilenos pasan de un muro a otro como mercancía reciclada.

Aunque la mayor parte de las generaciones más jóvenes han crecido en Alto Hospicio, sus padres no. En la década de los noventa hubo un gran aumento de la población en la región como resultado de una situación económica próspera. Alto Hospicio está situado entre la ciudad portuaria de Iquique, con una zona libre de impuestos, Zofri, y la explotación de las minas de cobre en el Altiplano, la alta llanura interior de Chile. A pesar del que el entorno parece yermo, la región posee grandes recursos naturales, desde la pesca y las importaciones en la costa

del Pacífico, hasta la reservas de cobre en los Andes. Debido a estos recursos la región atrae a emigrantes del centro y sur de Chile así como de Bolivia, Perú y Colombia buscando mejores oportunidades de trabajo.

Toda la región del Norte Grande⁷ es fundamental para la economía de Chile. El puerto de Iquique es uno de los más importantes del oeste de Sudamérica y

Figura 1.2
Mapa detallado de Iquique y Alto Hospicio



⁷ Alto Hospicio se encuentra en la Primera Región de Chile de Tarapacá. Estas divisiones administrativas, creadas en 1974, están numeradas desde la I hasta la XIV, de norte a sur a lo largo del país. La región metropolitana de Santiago está excluida de este sistema de numeración. La XV Región de Arica y Parinacota, al norte de la Región I, se creó en 2007, dividiendo la antigua Región I en dos. El Norte Grande de Chile es una de las cinco regiones naturales de Chile, creada en 1950 por la Corporación de Fomento de la Producción de Chile, una organización gubernamental que promueve el crecimiento económico. Esta región se extiende desde la frontera de Chile con Perú en el norte hasta la ciudad de Antofagasta, que abarca el desierto de Atacama. Cuando me refiero al regionalismo en este libro me refiero al área abarcada por el Norte Grande, y utilizo esta distinción para indicar la similitud de los estilos de vida, impulsados por los recursos naturales comunes y las industrias en esta región natural.

emplea a unas 20.000 personas en la carga y descarga de mercancías, envío de género y venta de artículos libres de impuestos en Zofri.

Aún más importante es la industria minera que emplea en Chile a más de 150.000 personas y la mayoría de ellas se concentran en el Norte Grande. Las exportaciones de cobre representan cerca del 20% del PIB del país y el 60% de sus exportaciones⁸. Sin embargo, entre las personas que consideran a Alto Hospicio su hogar, entre los que se encuentran una proporción significativa trabajadores de estas dos industrias, rara vez experimentan los verdaderos beneficios económicos de estas explotaciones.

La economía de esta región de Chile es un estudio de yuxtaposición de contrastes, en la que la inmensa riqueza minera está rodeada por un desierto que parece no tener fin. En los nuevos barrios del sur de Iquique, los altos ejecutivos y los ingenieros internacionales se compran mini mansiones y aparcan sus Hummers en la puerta. Al mismo tiempo, la mayoría de los mineros y sus familias viven en barrios modestos en el norte y el centro de Iquique o en Alto

Figura 1.3
Vista de Alto Hospicio desde una colina de la ciudad



⁸ “Copper solution: The mining industry has enriched Chile. But its future is precarious”. *The Economist*, 27 April 2013. Disponible online at <http://www.economist.com/news/business/21576714-mining-industry-has-enriched-chile-its-future-precarious-copper-solution>.

Figura 1.4
Una casa de construcción propia en un barrio de toma



Hospicio, a menudo en casas con el piso de cemento y que carecen de comodidades como el agua caliente. En Alto Hospicio hay barrios enteros que son tomas. Los residentes simplemente se instalaron en esas tierras sin ningún título de propiedad y construyeron sus casas.

Iquique esta rodeada por agua al oeste y una duna de arena de 600 metros al este. Esta última se curva hacia el océano y cierra la ciudad al norte y el sur, cayendo casi directamente al mar. A medida que las industrias mineras y de importación en los años noventa crecían, llegaron a la región un gran número de migrantes de otras partes de Chile y el extranjero, pero Iquique no tenía capacidad para acoger a más gente: moverlos a Alto Hospicio fue la única solución. La duna había alojado durante mucho tiempo una estación de ferrocarril para las minas, construida a principios del siglo XX y algunos asentamientos de pueblos indígenas desde la década de los cincuenta. Los inmigrantes comenzaron a reclamar sus derechos a tierra y empezaron a construir en la duna, zona que más tarde se conocería como el barrio de Auto Construcción.

A medida que la ciudad crecía, el desarrollo de los nuevos barrios se fue organizando mejor, con casas y grandes edificios de apartamentos financiados con fondos gubernamentales. Alto Hospicio continuó siendo oficialmente parte de Iquique hasta el 12 de abril de 2004, cuando el presidente Ricardo Lagos Escobar firmó la ley 19943 que declaraba a Alto Hospicio municipio indepen-

diente. A día de hoy la mayoría de los informes sugieren que su población es de 100.000 habitantes, aunque no se ha hecho ningún censo público desde el año 2002.

Sus habitantes la describen como marginal y privada de derechos, aburrida y fea. Debido a que casi todas las casas son modestas —ya sean de construcción propia o parte del plan de vivienda social del gobierno— una estética uniforme y utilitaria copa el paisaje. Los residentes en el puerto de Iquique, a sólo 10 km al este de la duna, lo suelen describir como un lugar empobrecido, peligroso e inhabitable. En los años 2014 y 2015 cuando realicé la mayor parte de mi trabajo de campo, el Índice de Calidad de Vida Urbana clasificó a Alto Hospicio con la nota más baja de Chile. Para hacer esta clasificación tomaron en cuenta las

Figura 1.5

Alto Hospicio ocupa el último lugar en el *ranking* de calidad de vida en ciudades



condiciones de trabajo, el ambiente de negocios, las condiciones socioculturales, la red de transportes, la salud, el medio ambiente y la vivienda⁹. Los hospiceños conocen estos estereotipos sobre su ciudad y no necesariamente discrepan. Sin embargo ven a su ciudad marginal como parte de su autopercepción, no como víctimas, si no como una comunidad explotada que sigue luchando por sus derechos.

Cuando este ranking sobre calidad de vida apareció en las noticias, muchos hospiceños compartieron el enlace en Facebook, comentándolo tanto con orgullo como con sarcasmo. Las apostillas iban desde “Dios mío, ¿cómo sobreviven?” a “Vengan a visitar nuestro paraíso”. Nadie impugnó la clasificación o enumeró lo que para ellos podrían ser activos para la ciudad. En su lugar emplearon el sarcasmo para resaltar su orgullo de ser de Alto Hospicio, así como llamar la atención sobre su subjetiva exclusión como parte de ser hospiceño. Sabían que la mayoría de la gente que vería sus comentarios en la publicación también serían hospiceños, pero igual sentían que era importante comentar. Dentro de la esfera pública local, este tipo de manifestaciones sobre la marginalidad eran significativas para expresar su pertenencia y la cohesión de la comunidad.

¡Viva El Norte!

La calificación de Alto Hospicio dentro de este ranking cataloga claramente a la ciudad como marginal. También incide en el hecho de que toda la región del norte es en muchos sentidos una zona periférica. Para Nicole, por ejemplo, este posicionamiento también era importante a la hora de declarar su orgullo nortino. A pesar que algunos altos ejecutivos de la industria minera construyan sus casas en Iquique, en Chile el prestigio y la riqueza se concentran lejos del norte, sin embargo este prestigio y riqueza dependen en gran medida de los recursos naturales de la región septentrional¹⁰. Las exportaciones de cobre del Norte Grande representan cerca de un tercio de los ingresos del país y contribuyen de

⁹ “Índice de Calidad de Vida Urbana”. 2014. Núcleo de Estudios Metropolitanos, Instituto de Estudios Urbanos y Territoriales Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile y la Cámara Chilena de la Construcción. Disponible online en <http://www.estudiosurbanos.uc.cl/component/zoo/item/indice-de-calidad-de-vida-urbana-icvu>.

¹⁰ Frazier, L. J. 2007. *Salt in the Sand: Memory, Violence, and the Nation-State in Chile, 1890 to the Present*. Durham, NC: Duke University Press. 34.

Figura 1.6
Mapa de cambios de territorio como resultado de la Guerra del Pacífico



manera significativa a que el crecimiento económico esté alrededor del 6% anual mientras el desempleo y la inflación siguen siendo muy bajos¹¹.

Los incas fueron los primeros en explotar los recursos naturales de Atacama. Después de colonizar a los Chango, el pueblo originario de esa zona, a principios del siglo XVI, desarrollaron la minería de plata y levantaron la ciudad de Iquique como centro social y económico. Cuando Perú se independizó de España en 1821, Iquique y los pueblos mineros circundantes pasaron a formar parte de

¹¹ “Copper solution”. 2013. *The Economist*.

esta nueva nación. No fue hasta 1830, cuando los exploradores descubrieron en Atacama sus yacimientos de nitrato de sodio, un fertilizante natural, y los gobiernos de Bolivia, Chile y Perú comenzaron a considerar esas tierras como valiosas. Las tres naciones esperaban sacar beneficio de la minería y comenzaron a negociar lo que antes era una frontera indefinida. Después de décadas de disputa, y alentado por los financieros británicos, el presidente chileno Aníbal Pinto, envió tropas para ocupar el desierto, rico en recursos naturales, que estaba bajo el gobierno boliviano. De acuerdo a un anterior tratado Perú se puso de lado de Bolivia, uniéndose en combate contra Chile. En abril de 1879 Pinto declaró la guerra a ambas naciones y así comenzó la conocida como Guerra del Pacífico (1879-1883). Al final del conflicto, en 1884, Chile había conquistado toda la costa de Bolivia y la provincia más meridional de Perú, Tarapacá, moviendo su frontera norte más de 700 km. La zona de Iquique y Alto Hospicio, así como Antofagasta (a más de 400 km al sur), que antes habían pertenecido a Bolivia, y Arica (a 300 km al norte), anteriormente peruana, ahora son chilenas, y lo que es más importante: también el rico desierto de Atacama. La frontera permanece, aunque la zona sigue bajo disputa: Bolivia y Perú aún siguen demandándola ante la Corte Internacional de Justicia de las Naciones Unidas.

Cuando Chile finalmente consolidó sus pretensiones sobre el territorio de Atacama, el gobierno puso rápidamente en marcha su proceso de “chilenización” para cimentar su soberanía. Se establecieron en la zona bases militares, no sólo como elementos disuasorios para las fuerzas peruanas y bolivianas, sino también para recordar a la población su nueva nacionalidad. Para mitigar el resentimiento hacia los militares y al conjunto de su nueva nación, el gobierno chileno impulsó proyectos que ayudaran a incorporar al estado nacional a la población del norte. Entre ellos los había religiosos y educativos para niños y adultos. A estos proyectos Frazier los definía como “vehículos clave para divulgar la memoria oficial”¹².

La modernización del país ocupaba el centro del discurso nacionalista. En la recién ganada región de Tarapacá se situaba el centro neurálgico de las exportaciones de nitrato, que eran las que proveían de medios económicos para sostener esa imagen. Una nueva clase adinerada surgió con la industria del nitrato, fortaleciendo la reputación de Chile como un país con riqueza, cultura, progreso y modernidad, pero que se reducía a su capital, Santiago.

¹² Frazier, 2007. *Salt in the Sand*. 34.

La minería, especialmente con el respaldo de la inversión extranjera, provocó un boom en la región. Aunque la mayoría de los nuevos señores del nitrato estaban establecidos en Santiago o el extranjero, los que se radicaron en Iquique rápidamente se pusieron a construir una ciudad al estilo europeo. Entre los muchos majestuosos edificios de estilo colonial hechos con pino oregón, se incluyó un teatro. Para abastecer de mano de obra las minas y plantas procesadoras comenzaron a llegar emigrantes del sur de Chile, Bolivia, Perú y otros países sudamericanos. Pero la industria del nitrato duró poco: en 1909 apareció un sustituto sintético de fabricación alemana, causando en 1940 el colapso de la industria chilena.

Desde la época del nitrato los ciclos de auge y quiebra económica han sido una de las características de la zona. El auge minero más reciente, a partir de los años ochenta, ha sido la exportación de cobre, y así continuaba siéndolo mientras hice mi trabajo de campo. En la época actual (2010), el norte de Chile suministra un tercio del cobre mundial, que representa el 60% de las exportaciones del país y el 20% de su PIB. Grandes empresas multinacionales como Phelps Dodge y Sumitomo se han asociado con CODELCO, la compañía estatal de cobre. Gran parte de sus beneficios se envían al extranjero, a países como Japón, Estados Unidos y el Reino Unido, mientras que el gobierno chileno recibe un promedio de unos 11.500 millones de dólares anuales en beneficios de la minería¹³.

La influencia de la minería también hizo que fuera Tarapacá la cuna de nacimiento del movimiento obrero chileno¹⁴. A principios del siglo XIX, la mayor parte de la mano de obra de las salitreras estaba compuesta por migrantes del sur de Chile, Argentina, Perú y Bolivia. A pesar de tener unos antecedentes muy diferentes, estos trabajadores consiguieron superar sus diferencias étnicas y nacionales para organizarse y demandar mejores condiciones de trabajo. Esta solidaridad fue en parte consecuencia del férreo control que tenía la industria del nitrato sobre sus vidas y trabajo. Las compañías mineras pagaban muchas veces con fichas que sólo podían canjear en sus propias tiendas y la mayoría de los trabajadores no tenían recursos familiares con los que contar. Las salitreras también estaban tan alejadas de sus hogares que se les hacía casi imposible regresar

¹³ Figures for 2005-11, Library of Congress Country Studies, "Chile: Mining". Disponible at <http://countrystudies.us/chile/71.htm>.

¹⁴ Frazier, 2007. *Salt in the Sand*. 25.

Figura 1.7
Teatro Municipal de Iquique, decorado para Fiestas Patrias



a sus comunidades con cierta regularidad. Con la movilidad de su mano de obra restringida, a las empresas se les hizo más fácil hacer cumplir los horarios y las normas de trabajo. Como sugiere Frazier, estas condiciones hacían que los trabajadores tuvieran la sensación de que la solidaridad entre ellos era la única manera de protegerse de los vaivenes cíclicos de la industria minera y la explotación de las empresas extranjeras¹⁵. El movimiento obrero fue creciendo en importancia hasta principios del siglo XX. No sólo se organizaban para conseguir mejores condiciones de trabajo, especialmente en tiempos de depresión económica, sino que también apoyaban la creación de escuelas, programas de educación para adultos, centros culturales y de mujeres. No en vano se considera que sentaron las bases del socialismo chileno¹⁶.

Durante los años sesenta el Norte Grande fue un importante bastión para el partido socialista y fue un objetivo especialmente destacado cuando el gobierno neoliberal de Augusto Pinochet, respaldado por Estados Unidos, derribó el gobierno socialista de Salvador Allende en 1973. El general Sergio Arellano voló desde Santiago en helicóptero a las provincias del norte en lo que

¹⁵ Frazier, 2007. *Salt in the Sand*. 25.

¹⁶ Brown, K. W. 2012. *A History of Mining in Latin America: From the Colonial Era to the Present*. Albuquerque, NM: University of New Mexico Press.

se llamó la “Caravana de la Muerte”. Visitó las cárceles llenas de “subversivos” —simpatizantes del partido socialista— y separó a los prisioneros más destacados para ejecutarlos, a veces hasta 26 a la vez.

Aquellos nortinos que no fueron encarcelados, torturados o desaparecidos, muchos huyeron del país. La zona ya estaba bien provista de túneles para cruzar a Perú que habían sido utilizados anteriormente para introducir alimentos en Chile durante el embargo promovido por Estados Unidos para debilitar al partido socialista y allanar el camino a un liderazgo más favorable a las reformas neoliberales. Cuando, a pesar del embargo, los chilenos reafirmaron su fe en el socialismo eligiendo a Salvador Allende, Estados Unidos respaldó el violento golpe militar de Pinochet. Entonces los túneles utilizados para el contrabando se transformaron en vías de escape, y a veces en dormitorios. El brutal régimen ejecutó o desapareció a 3.200 chilenos, encarceló a otros 80.000 y más de 200.000 huyeron del país¹⁷.

El régimen de Pinochet influyó en diversos aspectos y tuvo en la región un enorme impacto económico. De hecho Estados Unidos apoyó al régimen como laboratorio de prueba, para implantar las teorías económicas de Milton Friedman. Estas políticas se centraron en la privatización de las empresas estatales y los recursos, la desregulación de los negocios, el recorte de los servicios sociales y abrió el país a importaciones libres de obstáculos¹⁸. Como resultado, la inflación subió un 374%. Más de 400 empresas estatales fueron privatizadas y los aranceles bajaron un promedio del 70%. Los chilenos que trabajaban en la industria manufacturera o relacionadas, a medida que las importaciones inundaban el mercado de productos más baratos, perdieron rápidamente el empleo. Durante el gobierno de Allende el desempleo era alrededor del 3%, pero bajo el “shock económico” impuesto por Friedman alcanzó el 20%. En 1975 el ministro de finanzas de Pinochet redujo el gasto gubernamental en un 27% y siguió recortando: en 1980 el gasto público fue el 50% más bajo que en época de Allende, lo que provocó un mayor desempleo y menos recursos sociales en un momento que eran muy necesarios. El gobierno acabó casi por completo con los servicios sociales. La seguridad social se privatizó, al igual que

¹⁷ Klein, N. 2007. *The Shock Doctrine*. New York: Picador. 93–4.

¹⁸ Estas políticas corresponden a medidas llamadas “ajustes estructurales” en los países que prometen tales reformas bajo los préstamos del Fondo Monetario Internacional. Sin embargo, en el ejemplo chileno, Pinochet adoptó con entusiasmo tales medidas sin un préstamo del FMI.

los colegios públicos¹⁹, el sistema de salud se sustituyó por un sistema de pago por bonos y hasta los cementerios pasaron a ser privados²⁰.

El gobierno de Pinochet mantuvo esta política hasta 1982, cuando la economía chilena se estrelló: la deuda explotó, se instaló la hiperinflación y el desempleo se disparó al 30%. Pinochet se vio obligado a renacionalizar varias empresas. Naomi Klein apunta que, en retrospectiva, la gracia salvadora de Pinochet fue que nunca privatizó la Corporación Nacional del Cobre de Chile CODELCO, que generaba el 85% de los ingresos por exportaciones. El cobre del Norte Grande salvó el país de la completa ruina financiera.

Sin embargo esas ganancias fueron sólo para el gobierno y los inversionistas ricos, mientras los trabajadores del norte soportaban el impacto de los problemas económicos creados por las reformas extremas del “mercado libre”. En 1988 muchos se encontraban entre el 45% de ciudadanos que habían descendido por debajo de la línea de pobreza. En 1989 el régimen de Pinochet fue finalmente derrotado en unas elecciones democráticas. Sin embargo las subsiguientes administraciones elegidas democráticamente intensificaron las reformas neoliberales orientadas a la explotación, aunque no de la misma manera violenta y totalitaria.

Este historial de explotación y violencia dan a los habitantes del norte cierto carácter, sobre todo respecto a su sentido de ciudadanía. Para muchos chilenos el legado de Pinochet ha dejado en la zona un vacío político y la gente intenta distanciarse de la política nacional. Sin embargo permanece en la memoria que los primeros movimientos obreros los empezaron los trabajadores del nitrato y esto les confiere fuertes principios organizativos. Se ven igual de explotados por los que se benefician de su trabajo en Santiago como en el extranjero. Las imágenes de la época del nitrato tienen una presencia prominente, incluso en los memes que declaran orgullo del norte. En ellos se hacen referencias a personajes históricos de la política local y son muy populares. Los usuarios de

¹⁹ El sistema se basa en un pago directo a las escuelas que depende de la asistencia diaria. Las escuelas públicas son propiedad del municipio de la comuna en la que se encuentra la escuela. Las escuelas privadas a menudo reciben subsidios del gobierno, y pueden organizarse con fines de lucro o sin fines de lucro. Para recibir fondos públicos, las escuelas privadas deben reservar el 15% de las plazas en cada clase a los estudiantes clasificados como “vulnerables” (según el ingreso familiar y el nivel de educación de la madre). Las escuelas reciben fondos adicionales para cada estudiante “vulnerable” que inscriban.

²⁰ Collier, S. and Sater, W. F. 2002. *A History of Chile, 1808–2002*. Cambridge: Cambridge University Press. 366–75.

redes sociales los publican para resaltar su identificación como nortinos. Estos memes difieren completamente de los que tratan sobre política nacional, que a menudo son imágenes retocadas con Photoshop de los políticos actuales en situaciones ridículas con un texto superpuesto divertido o algún comentario. Ser nortino es a menudo hacer grandes demandas políticas a nivel local mientras que se evita la política nacional. Los hospiceños utilizan las redes sociales como un lugar destacado para expresar este sentir común. Pero la ciudadanía es algo más que política y esta historia afecta igualmente a como los hospiceños ven su participación dentro del estado nacional en una variedad de maneras, entre ellas la sociabilidad, la economía, la política y los derechos legales.

¿¡Viva Chile!?

En muchos aspectos el legado que el régimen de Pinochet dejó en Chile fue lo que Friedman esperaba, un ejemplo de país neoliberal. Después del plebiscito las siguientes administraciones elegidas democráticamente han mantenido políticas económicas neoliberales que promueven la exportación y las continuas privatizaciones. El papel del gobierno en la economía principalmente se limita a su regularización, aunque como ya dijimos el estado sigue administrando el gigante del cobre CODELCO y el Banco del Estado. Desde el año 2006 Chile se jacta de tener los ingresos per cápita más altos de América Latina, con un valor de paridad del poder adquisitivo de 21,948 \$ entre los años 2010/14²¹ que demuestra el aparente éxito de estas políticas.

Como señalan los antropólogos económicos, el neoliberalismo no es sólo fe en el “libre mercado”, también implica reconsiderar las premisas ideológicas acerca del papel de los individuos en la sociedad²². Estas ideologías se insertan

²¹ La paridad del poder adquisitivo convierte el producto interno bruto en dólares internacionales (un dólar internacional tiene el mismo poder adquisitivo sobre el PIB que el dólar estadounidense en los Estados Unidos). En comparación, el PPP durante el mismo período de tiempo fue de \$ 53,042 en los Estados Unidos, \$ 38,259 en el Reino Unido, \$ 15,037 en Brasil, \$ 11,774 en Perú y \$ 6,131 en Bolivia. Ver “PIB per capita, PPP (current international \$)”, World Bank, International Comparison Program database, World Development Indicators (2011). Disponible at <http://data.world-bank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD>.

²² Harvey, D. 2005. *A Brief History of Neoliberalism*. New York: Oxford University Press. 1.

en los textos sociales normativos²³. En lugar de confiar en que el gobierno cubra sus necesidades básicas, lo que esperan de él es que actúe sólo como árbitro en los negocios privados. La responsabilidad individual se convierte en un valor cultural, promovido por una retórica política que sugiere que aquellos que necesitan de las redes de la seguridad social no contribuyen a la sociedad, también de forma similar, pero más sutil, este discurso se inserta dentro de la educación y la publicidad²⁴.

De hecho, la publicidad desempeña un importante papel en la adopción de las ideologías neoliberales como normas culturales²⁵. Cuando los gobiernos desregulan los mercados, a menudo se saturan de productos de consumo y las empresas buscan diferenciarlos a través de la publicidad, que suele apelar a ciertas formas de identificación (clase media o lujo, masculino o femenino, valores familiares o locales, estilos de vida alternativos o disfrute juvenil). El neoliberalismo, en concreto, cambia el significado de “ciudadanía” de manera que esta participa en los procesos políticos a través de la compra de bienes, con procedimientos con los que se refuerza la privatización y se erosionan los derechos del pueblo²⁶.

Estos valores también son evidentes en las redes sociales. Desde los memes motivacionales que alientan al espectador a asumir la responsabilidad de alcanzar sus objetivos, a pesar de las dificultades de las circunstancias vitales, a las *selfies* en las que se exhiben ostentosamente los accesorios más modernos de marca, la ideología neoliberal ha impregnado incluso este medio aparentemente no comprometido. Este no es el caso para la mayoría de usuarios de Alto Hospicio, no así para la mayor parte de los usuarios de Santiago e incluso de Iquique.

Dado que la industria privada minera y las importaciones exentas de impuestos han impulsado la economía de Iquique, podría considerarse que es una ciudad

²³ Frazier escribe: “El modelo neoliberal puesto en marcha por los militares y profundizado bajo el gobierno civil exigía la redefinición de la ciudadanía a través del consumo y la priorización de las relaciones de mercado sobre las antiguas culturas políticas”. Ver Frazier, 2007. *Salt in the Sand*. 72.

²⁴ Ong, A. 1991. “The Gender and Labor Politics of Postmodernity”. *Annual Review of Anthropology* (1991): 279–309.

²⁵ Larraín, T. A. 2009. “Moving Home: The Everyday Making of the Chilean Middle Class”. Ph.D. thesis, Department of Sociology of the London School of Economics.

²⁶ Lancaster, R. 2008. “Preface”. Collins, J. L., Leonardo, M. Di and Williams, B., eds. *New Landscapes of Inequality*. Santa Fe: School for Advanced Research Press.

perfecta para las políticas neoliberales. La industria privada sigue prosperando en la zona. Los bancos particulares y las compañías sanitarias proveen de infraestructuras, mientras que empresas conocidas a nivel nacional e internacional como Walmart (Líder en Chile), Home Depot (Sodimac) y McDonald's proporcionan a los residentes establecimientos comerciales. El principal atractivo de Iquique es su playa flanqueada por restaurantes y discotecas. Casino Dreams es un lugar muy conocido, no sólo por sus máquinas tragaperras y sus mesas para jugar a los dados, sino también por sus conciertos semanales. El Zofri, en el norte de la ciudad, es muy popular. Allí se pueden comprar productos de importación, desde juguetes y ropa para niños, hasta televisores HD de pantalla plana y automóviles de China, Japón y Estados Unidos. Iquique incluso cuenta con un centro comercial "estilo americano" con 100 tiendas y un cine con 10 salas. La zona de restaurantes ofrece especialidades internacionales como KFC y Yogen Fruz, y nacionales como Doggis donde se sirven completos. En contraste en

Figura 1.8

Monumental en el centro de Iquique para la tienda Zofri Tommy Hilfiger



Alto Hospicio, sólo un puñado de cafés, restaurantes y bares ofrecen conexión wifi gratuita a los clientes.

La falta de wifi en Alto Hospicio puede ser indicativo de una diferencia más amplia. Alto Hospicio es una ciudad construida en base a los resultados económicos del neoliberalismo, pero sus consecuencias han sido aquí muy diferentes a otros lugares. Las empresas que se pueden permitir grandes campañas publicitarias nunca han tenido interés en atraer a los hospiceños como clientes potenciales. Esto ha provocado una menor influencia a la hora de “mantenerse al nivel de los vecinos”. Los hospiceños ven poco valor en el consumo ostentoso y no sienten vergüenza en pedir ayuda a los servicios sociales. Como consecuencia, entre sus expectativas, se encuentran las de que el gobierno debe proporcionar servicios como vivienda, atención médica y educación. La ausencia de grandes campañas de publicidad también ha dejado un hueco en el mercado para los pequeños negocios familiares que a menudo son eclipsados por las grandes empresas. Esta tendencia hace que en Alto Hospicio se valore lo que es de la comunidad sobre los “extraños”. En gran medida significa que el concepto de identificarse con productos de consumo nunca ha echado raíces.

En contraste, la mayoría de las ciudades chilenas, incluyendo Iquique y Santiago, simbolizan un sistema económico neoliberal tal como lo pretendían Friedman y sus otros arquitectos, en el cual las empresas privadas proveen de la mayoría de las necesidades y las personas son “libres” de consumir productos que contribuyan a su sentido de identidad. Este sistema neoliberal es clave para que la mayoría de chilenos de clase media y alta vean a su país como más “europeizado” o “americanizado” que el de sus vecinos y citan al gobierno, el ejército y la estabilidad económica, así como el rango a nivel mundial de la cosmopolita ciudad de Santiago.

El Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial han utilizado la economía de libre mercado chilena como modelo para la región²⁷. Santiago, en particular, prueba que la “modernidad” asociada a la economía neoliberal hacen que Chile esté entre las naciones más desarrolladas del mundo²⁸. Santiago alberga las mejores universidades chilenas, entre ellas algunas de las más prestigiosas

²⁷ Jofré, D. 2007. “Reconstructing the Politics of Indigenous Identity in Chile”. *Archaeologies* 3(1): 16–38.

²⁸ De hecho, en mayo de 2010, Chile se unió a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, que está integrada por los 34 países económicamente más fuertes del mundo.

instituciones educativas de América Latina²⁹. También acoge a la selección nacional de fútbol, capaz de desafiar a los mejores equipos del mundo. En arte y literatura los chilenos han hecho contribuciones de renombre mundial. Santiago cuenta con museos y sitios históricos dedicados a dar a conocer la vida de chilenos tan famosos como Pablo Neruda e Isabel Allende³⁰. Músicos como Víctor Jara y Violeta Parra son venerados. Recientemente interpretes populares como Gepe han ganado fama internacional. En Chile también se celebran festivales anuales de música como el Lollapalooza Chile, que atraen a músicos de todo el mundo y a cientos de miles de fans.

Para la mayoría de los chilenos de las áreas urbanas de la zona central la idea que tienen del país no es multiétnica ni mestiza, si no homogénea, de hecho, blanca³¹. Esta homogeneidad y reivindicaciones de modernidad “une a la nación en un sentimiento de “excepcionalidad”. La mayoría de los chilenos consideran a su país un faro de estabilidad en medio de un conjunto bastante caótico de países vecinos”³². Sin embargo, muchos chilenos de las áreas urbanas de la zona central también reconocen las pobres condiciones de vida en lugares como Alto Hospicio como síntoma de retroceso, entrando en conflicto con la narrativa nacional más predominante que es la de la modernidad.

²⁹ Alrededor del 30% de los jóvenes de entre 18 y 24 años se matriculan en la educación superior chilena, incluidas universidades tradicionales, universidades no tradicionales, escuelas técnicas e institutos profesionales. En 2014, la Región de Tarapacá tenía alrededor del 28% de las personas de 18 a 24 años matriculadas en educación terciaria, mientras que las provincias centrales de Valparaíso y Santiago tenían el 43% y el 35%, respectivamente. Ver Ministerio de Educación, Gobierno de Chile, *Bases de Datos de Matriculados*. Disponible online at <http://www.mifuturo.cl/index.php/bases-de-datos/matriculados>

³⁰ Larraín, J. 2006. “Changes in Chilean Identity: Thirty Years after the Military Coup”. *Nations and Nationalism* 12(2): 321-38.

³¹ A pesar de que el Proyecto Candela informe que la genética chilena es aproximadamente el 44 por ciento de nativos americanos, el 52 por ciento europeos y el 4 por ciento africanos, la encuesta de 2011 Latinobarómetro encontró que aproximadamente el 66 por ciento de los chilenos se consideraban “blancos”, mientras que solo el 25 por ciento dijo “mestizo” y el ocho por ciento se autoidentificó como “indígena” (el censo de 2012, que luego fue desacreditado, informando que más del diez por ciento de la población se identificaba como indígena). Ver “Latinobarómetro”, Corporación Latinobarómetro (2011). Disponible online en <http://www.latinobarometro.org/lat.jsp>; Gänger, S., “Conquering the Past: Post-War Archaeology and Nationalism in the Borderlands of Chile and Peru, c. 1880-1920”. 2009. *Comparative Studies in Society and History* 51(4): 691-714.

³² Larraín. “Changes in Chilean Identity”. 2006.

La vida en los márgenes

Mientras que Santiago es comparable con ciudades cosmopolitas de cualquier continente, Alto Hospicio se ve y se siente como otro mundo. Para recorrer los 2.000 km que separan a Alto Hospicio de Santiago se tarda 30 horas en autobús. Los hospiceños viven esta profunda distancia tanto física como figurativamente. En lugar de percibirse como parte de esta desarrollada nación, los hospiceños se ven a sí mismos como representantes de las desigualdades del país. Los altos ingresos per cápita de Chile se mitigan al ser considerada en 2015 como la nación desarrollada con mayor desigualdad del mundo³³. Así como los ingresos medios pueden ser de 20.000 US \$, incluso el de los hospiceños más prósperos que trabajan en las minas es de 8.000 US \$ al año. Los que trabajan fuera de este sector suelen ganar la mitad de esa cantidad. Los residentes en Alto Hospicio pueden comprobar cómo la mayor parte de los beneficios que se generan en su región se destinan a nuevas transacciones económicas en la capital o se envían al extranjero. Muchos hospiceños se sienten ignorados por los políticos y explotados por la industria internacional³⁴. Para ellos Santiago es a menudo símbolo de la explotación económica de la región y de las desigualdades económicas de la nación en general.

Lessie Jo Frazier sugiere que la fuerza aglutinadora de los chilenos del norte es su “profunda sensación de abandono y persistencia”³⁵. Este sentido de abandono condiciona de diferentes maneras la forma en la que los hospiceños comprenden su posición dentro del estado-nación. A través de un filtro de marginalidad, muchos de ellos se perciben como periféricos, en contraste con los del

³³ Organization for Economic Cooperation and Development. 2015. OECD Income Distribution and Poverty Database. Disponible en www.oecd.org/els/social/inequality.

³⁴ Dentro del contexto contemporáneo del capitalismo neoliberal global, muchos Estados-nación tienen dificultades para alcanzar ideales de orden, prosperidad y paz dentro de la modernidad. A medida que estos gobiernos pierden cada vez más el control de las organizaciones internacionales y los bancos por regular sus propios suministros de dinero, calificaciones crediticias y suministros laborales, a menudo se concentran en regular los mercados, atraer inversión extranjera, pagar la deuda externa y mantener entornos estables para llevar a cabo las operaciones del capital transnacional. Sin embargo, a medida que se enfocan en estos aspectos aparentemente fundamentales para mantener una economía estable, su capacidad para proporcionar adecuadamente las necesidades de sus ciudadanos sufre. Ver Goldstein, D. 2004. *The Spectacular City: Violence and Performance in Urban Bolivia*. Durham, NC: Duke University Press. 21.

³⁵ Frazier, 2007. *Salt in the Sand*. 57.

centro que representa Santiago. A menudo la marginalidad se utiliza como una categoría de análisis dentro de las ciencias sociales para describir las condiciones de las personas que luchan por obtener acceso social y espacial a los recursos y la plena participación en la vida política³⁶. Desde este punto de vista las personas marginadas son social y legalmente excluidos, y por lo tanto vulnerables a una multitud de formas de violencia estructural³⁷.

La marginalidad se define y describe por ambos ejes sociales y espaciales. El eje social se centra en la demografía, la religión, la cultura, la estructura social, la economía, la política y el acceso a los recursos, haciendo hincapié en las causas subyacentes de la exclusión, la desigualdad, la injusticia social y la segregación espacial³⁸. La dimensión espacial de la marginalidad se basa principalmente en la ubicación física y la distancia a los centros de desarrollo —zonas situadas al borde o poco integradas en los sistemas locales, nacionales o globales—. Los dos ejes se cruzan cuando los espacios marginales se consideran sucios e insalubres, peligrosos, desorganizados y una amenaza para el orden

³⁶ Ver Larsen, J. E. and Andersen, J. 1998. "Gender, Poverty and Empowerment". *Critical Social Policy* 18(2): 241-58; Brodwin, P. 2001. "Marginality and Cultural Intimacy in a Trans-national Haitian Community". Occasional Paper No. 91, October. Department of Anthropology, University of Wisconsin-Milwaukee, USA; Sommers, L. M., Mehretu, A. and Pigozzi, B. W. M. 1999. "Towards Typologies of Socio-economic Marginality: North/South Comparisons". *Marginality in Space-Past, Present and Future: Theoretical and Methodological Aspects of Cultural, Social and Economical Parameters of Marginal and Critical Regions*. Jussila, H., Majoral, R. and Mutambirwa, C. C., eds. London: Ashgate Publishing Ltd. 7-24.

³⁷ La violencia estructural describe altas tasas de enfermedad y muerte, desempleo, falta de vivienda, escasez de oportunidades educativas, poder político limitado, hambre, sed y dolor corporal, particularmente como magnificado por el racismo, el sexismo y otras formas de discriminación. Ver Kleinman, A. 2000. "The Violences of Everyday Life: The Multiple Forms and Dynamics of Social Violence". En: Kleinman, A. and Das, V., eds. *Violence and Subjectivity*. Berkeley, CA: University of California Press. 226-41; Farmer, P. 1997. *Infections and Inequalities: The Modern Plagues*. Berkeley, CA: University of California Press. 263.

³⁸ Darden, J. T. 1989. "Blacks and other Racial Minorities: The Significance of Colour in Inequality". *Urban Geography* 10: 562-77; Davis, B. 2003. "Marginality in a Pluralistic Society". *Eye On Psi Chi* 2(1): 1-4; Gans, H. J. 1996. "From Underclass to Under-caste: Some Observations about the Future of the Post-Industrial Economy and its Major Victims". En: *Urban Poverty and the Underclass: A Reader*. Mingione, E. M., ed. Oxford: Blackwell; Leimgruber, W. 2004. *Between Global and Local: Marginality and Marginal Regions in the Context of Globalization and Deregulation*. Burlington, VT: Ashgate Publishing Limited.

establecido, que llevan a los habitantes de los barrios marginales a describirse a ellos mismos como personas retrasadas, agresivas, primitivas o incivilizadas por naturaleza, características que suponen reflejan su posición geográfica en la periferia urbana³⁹. En ambos sentidos la marginalidad no es un estado estático, sino un proceso que emerge y evoluciona con el tiempo de diversas maneras y escalas en entornos socioeconómicos y geopolíticos. Así, una persona o grupo no es marginal, sino marginado, activamente posicionado como tal a través del ejercicio de poder⁴⁰.

Sin embargo, como señala Goldstein, los textos antropológicos sobre áreas marginales —algunas veces llamadas barrios, favelas, barriadas, colonias populares, barrios de chabolas, campamentos o tomas— han cuestionado la hipótesis de que las personas marginales de las zonas urbanas estén alienados y que carezcan de organismos para efectuar cambios en sus circunstancias⁴¹. En su lugar los antropólogos han señalado las formas en que los pueblos y lugares marginales se integran económica y culturalmente en la sociedad urbana más amplia, comprometiéndose en la lucha por mejorar sus condiciones de vida⁴². A pesar de este trabajo la idea de marginalidad sigue ocupando un lugar prominente

³⁹ Goldstein, 2004. *The Spectacular City*. 12. Esta fusión de individuos y lugares dentro de un marco de moralidad también corresponde a la noción de “geografía moral” de Modan. Ver Modan, G. 2007. *Turf Wars: Discourse, Diversity, and the Politics of Place*. New York: Blackwell; Thomann, M. 2016. “Zones of Difference, Boundaries of Access: Moral Geography and Community Mapping in Abidjan, Côte d’Ivoire”. *Journal of Homosexuality* 63(3): 426-36.

⁴⁰ Ver Tsing, A. L. 1993. *In the Realm of the Diamond Queen: Marginality in an Out-of-the-Way Place*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

⁴¹ Ver Gutkind, P. C. W. 1974. *Urban Anthropology: Perspectives on ‘Third World’ Urbanization and Urbanism*. Assen, The Netherlands: Van Gorcum; Hardoy, J. 1972. *El Proceso de Urbanización en América Latina*. La Habana, Cuba: Oficina Regional de Cultural para América Latina y el Caribe; Roberts, B. R. 1978. *Cities of Peasants: the Political Economy of Urbanization in the Third World*. London: Edward Arnold.

⁴² Albó, X., Greaves, T. and Sandoval, G. Z. 1981. *Chukiyawu: La Cara Aymara de La Paz*, Vol. 4 (Cuadernos de investigación No. 29). La Paz: CIPCA; Lomnitz, L. A. 1977. *Networks and Marginality: Life in a Mexican Shantytown*, New York: Academic Press; Peattie, L. R. 1974. “The Concept of ‘Marginality’ as applied to Squatter Settlements”. Cornelius, W. A. and Trueblood, F. M., eds. *Latin American Urban Research 4: Anthropological Perspectives on Latin American Urbanization*. Beverly Hills: Sage. 101-9; Smith, G. 1989. *Livelihood and Resistance: Peasants and the Politics of Land in Peru*. Berkeley: University of California Press; Ibáñez, C. G. V. 1983. *Rituals of Marginality: Politics, Process, and Culture Change in Urban Central Mexico 1969-1974*. Berkeley, CA: University of California Press.

en las ideologías populares y oficiales de identificación y categorización especial y cultural en las sociedades urbanas latinoamericanas⁴³.

Aquí utilizo la marginalidad no como principio teórico, si no como la manera en la que los hospiceños se identifican⁴⁴. Al distanciarse enérgicamente de Santiago, tanto en su vida cotidiana como a través de su actividad en internet, los hospiceños se reconocen como ciudadanos marginados por la forma de visualizarse, sus disertaciones sobre relaciones personales, las maneras en las que estructuran su relación con la producción y el consumo y, tal vez lo más importante, en sus compromisos con la política y la ciudadanía nacional. En este sentido la marginalidad no es un término analítico ni una identidad estática, si no algo colectivo que se produce de forma activa⁴⁵. A través de esta presentación los hospiceños se describen como “diferentes del centro” al mismo tiempo que ejemplifican su propia conceptualización⁴⁶ que incluye su ubicación social como periféricos.

Evelyn, que se trasladó de Antofagasta a Alto Hospicio a principios del 2000, a menudo usaba las redes sociales para expresar por sus experiencias la dejadez del Estado. Habiendo vivido en una toma durante casi una década, a menudo se quejaba de la falta de servicios disponibles, culpando de su ausencia al gobierno

⁴³ Auyero, J. 1999. “The Hyper-Shantytown: Ethnographic Portraits of Neo-liberal Violence(s)”. *Ethnography* 1(1): 93-116.

⁴⁴ Utilizo los términos “identificar” e “identificación” en contraste con el término más común, “identidad”, como un término procesual activo derivado de un verbo. Mientras Goffman popularizó el término “identidad”, Brubaker y Cooper argumentan que esta palabra está sobredotada de significado, y extrapolar los diferentes sentidos de la palabra permite un análisis más útil. Sugieren: “La identificación carece de las connotaciones que materializan la identidad. Nos invita a especificar los agentes que hacen la identificación. Y no presupone que tal identificación (incluso por parte de agentes poderosos, como el estado) resultará necesariamente en la uniformidad interna, la distinción, la agrupación limitada que los empresarios políticos deseen lograr”. Ver Brubaker, R. and Cooper, F. 2000. “Beyond “Identity””. *Theory and Society* 29:1-47.

⁴⁵ Brubaker and Cooper, 2000. “Beyond “Identity””.

⁴⁶ Brubaker and Cooper Brubaker y Cooper sugieren que el término “autocomprensión” designa una “subjetividad situada”, o el sentido de quién es uno, de la ubicación social de uno y cómo uno está preparado para actuar. La auto comprensión sugiere formas en que la acción individual y colectiva puede regirse por una comprensión particularista del yo y la ubicación social, en lugar de intereses supuestamente universales, estructuralmente determinados, similares a lo que Pierre Bourdieu ha llamado *sens pratique*, “el sentido práctico” una vez cognitiva y emocional, que las personas tienen de sí mismas y de su mundo social. Ver Brubaker and Cooper, 2000. “Beyond Identity.” 17; Bourdieu, P. 1990. *The Logic of Practice*. Cambridge: Polity Press.

nacional. El esposo de Evelyn, Marco, trabajaba en un turno de siete días en una mina a unas cuatro horas de Alto Hospicio, dejándola sola con un hijo de diez años cada dos semanas. Durante esos periodos Evelyn dedicaba casi todo su tiempo a campañas locales, por ejemplo, oponiéndose a una planta de aguas residuales en su nuevo barrio o abogando por más parques infantiles. También participó en las recientes campañas electorales al ayuntamiento y ayudó en el censo del 2012. Ella me explicó:

—Sé que si quiero que se haga algo, tengo que hacerlo. Los políticos no me van a ayudar. Santiago no me va a ayudar. Pero soy una luchadora y aunque estén ausentes, persevero.

En estas quejas, Evelyn se identifica a sí misma como persona que habla desde la periferia y se distancia de Santiago como símbolo del centro. Estos sentimientos se reflejan en su uso de las redes sociales. Evelyn creó un grupo de Facebook para aglutinar a los residentes de Alto Hospicio indignados por temas de justicia social. Estos incluyen la planta de alcantarillado y los parques infantiles mencionados anteriormente, así como para difundir información sobre corrupción en los gobiernos regionales y nacionales. También utiliza WhatsApp, en gran parte para organizar reuniones de ciudadanos, que se centran en la negociación colectiva para conseguir mejores tarifas eléctricas. Aunque su página personal de Facebook está salpicada de divertidos videos e imágenes de su hijo, también hay muchos memes políticos y videos que denuncian la hipocresía y las desigualdades perpetuadas por el gobierno nacional.

A través de su presencia en la red Evelyn a la vez reivindica su identidad como ciudadana marginada, así como responde a los tipos de poder institucional y gubernamental que ella cree que están en la raíz de estas desigualdades. Evelyn se identifica en contraste con lo que ella ve como un gobierno chileno explotador y se posiciona junto a sus vecinos como “indignados”, ciudadanos marginados que abogan por sus derechos. Al hacerlo posiciona a los individuos comprometidos como “buenos ciudadanos” mientras que al gobierno, y a quienes apoyan o se benefician de su corrupción, como parte de un problema nacional. Ella demuestra que su lealtad es con su comunidad en vez de con la ciudadanía nacional. Al hacerlo a través de las redes sociales posiciona a Facebook y otras plataformas similares como los espacios apropiados en los que estos debates que pertenecen a la esfera pública deben tener lugar.

Borrar la diferencia, destacando la normatividad

Volviendo a Nicole, su publicación en Facebook declarándose hospiciana, nortina y sólo entonces chilena, hizo mucho más que destacar sus lealtades. Quizás lo más importante es que descartó otras posibles formas de identificación que podrían haber sido sobresalientes. Su género está implícito ya que en castellano los adjetivos personales que terminan en “a” indican que se trata de una mujer (es decir, nortina-femenina vs. nortino-masculino. A veces indica género neutro). Sin embargo, aquí ella no remarca su género, como pudo haber hecho diciendo “Soy una mujer nortina”. Por otro lado enfatiza la ubicación, en lugar de un partido o posición política particular. La ubicación en este lugar también descarta la posibilidad de identificarse por su origen indígena, que en muchos contextos, incluso en otras regiones de Chile, sería relevante para temas de ciudadanía y nacionalismo. Sólo supe que Nicole tenía ascendencia quechua después de un año de conocerla, cuando rellenaba una encuesta y vi que marcaba “quechua” en el cuadro étnico. Para muchos hospiceños, los elementos de su experiencia personal con la que se identifican se dejan ver tanto en las redes sociales como en la vida cotidiana.

Es evidente que todo el mundo borra aspectos de sí mismo que podrían formar la base de una forma particular de identificación. La identificación es un proceso activo, que a menudo implica destacar ciertos aspectos del yo y quitar énfasis en otros, a veces de manera inconsciente⁴⁷. El tema no es que Nicole haya omitido algunos de estos aspectos, sino que en Alto Hospicio hay una clara tendencia a ignorar o borrar formas particulares de identificación —las que comúnmente se relacionan con la “política de identidad”— como la indigenidad, las ideologías de género no tradicionales y las diferencias de clase. Estas omisiones se amplían aún más en los medios de comunicación social.

En lugar de pretender distinguirse de los demás, muchos individuos en Alto Hospicio destacan su deseo de normatividad. Visto desde una perspectiva antropológica, el concepto de normatividad se refiere a los supuestos cotidianos que los individuos hacen en un contexto particular y la forma en que consideran que estos supuestos son naturales. Estas suposiciones tienen que ver con lo que se considera correcto o incorrecto, justo o injusto, apropiado o inapropiado,

⁴⁷ Bucholtz, M. and Hall, K. 2004. “Theorizing Identity in Language and Sexuality Research”. *Language in Society* 33(4): 469-515. 493.

correcto o incorrecto. Los hospiceños son conscientes de lo que sus vecinos consideran adecuado, y generalmente siguen estas pautas en lugar de desafiarlas. De hecho estas directrices existen y son seguidas por la mayoría de la gente en cualquier contexto. Estas pautas cambian según la sociedad o la situación en la que surgen, pero el hecho de que la mayoría de las personas se acojan a ellas es precisamente lo que las hace normativas.

En Alto Hospicio esas directrices a menudo animan a los individuos a encajar en lugar de buscar distinguirse de los demás. Bourdieu, como todo el mundo sabe, sostenía que quienes tienen recursos como educación y cultura crean un sentido de “distinción” para sí mismos determinando lo que forma el gusto y, por lo tanto, naturalizan las diferencias entre “alta cultura” y “baja cultura”⁴⁸. La movilidad ascendente no se trata tan solo de recursos económicos, salvo que exprese la distinción a través del gusto. Sin embargo, los residentes de Alto Hospicio rechazan completamente los intentos de distinguirse de los demás en la comunidad. La norma del Alto Hospicio es doblemente normativa: la mayoría de los individuos respetan la conducta “correcta” que les obliga a abstenerse de distinguirse excesivamente de los demás.

Al mirar las redes sociales de los hospiceños, resalta una sensación general de marginación; las formas de identificación que podrían competir, por el contrario, a menudo se dejan en segundo plano o incluso se eliminan. De hecho, la eliminación de los elementos ideológicamente discordantes de la identificación es clave para su utilidad social. Esta supresión es particularmente importante en Alto Hospicio porque la identificación como marginales, en lugar de formas de identificación subalternas más específicas, excluye a los más marginados en favor de un sentido normativo más general de la marginalidad.

Para los chilenos que viven en el Alto Hospicio, la gente rara vez se clasifica como algo más que mestizo⁴⁹ o de ascendencia mixta española e indígena. De hecho muchos hospiceños manifiestan que “razas puras no existen aquí”. Los chilenos del sur y del centro que se han trasladado a la ciudad se integran rápidamente con los nacidos en el norte. Las estimaciones del censo indican que alrededor de 2.000 indígenas mapuches del sur de Chile viven en Alto Hospicio⁵⁰

⁴⁸ Bourdieu, P. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. New York: Routledge.

⁴⁹ Larraín. 2006. *Changes in Chilean Identity*.

⁵⁰ El censo nacional de 2012 sugiere que alrededor de 9.539 mapuche viven en la región de Tarapacá, pero no se registran resultados precisos específicamente para Alto Hospicio.

pero no aparecen en los discursos públicos ni en los conceptos de raza y relaciones raciales⁵¹ al igual que los chilenos descendientes de africanos. Ambos grupos se consideran meramente chilenos mezclados en el tapiz de tonos marrones mestizos que conforman el paisaje humano.

Sin embargo otras nacionalidades están racializadas. Los bolivianos y peruanos que viven en Chile a menudo no se ajustan al mestizaje idealizado. Aunque su color de piel no difiere significativamente de los chilenos más oscuros, tienen diferencias fenotípicas evidentes por su ascendencia aimara: por ejemplo, son más bajos y con mayor envergadura, lo que muchos denominan “rasgos faciales indígenas”, incluyendo ojos oblicuos y nariz grande. A diferencia de los mapuche, que se consideran fenotípicamente más cercanos al patrón mestizo, se piensa que los aimara parecen más indígenas, quedando fuera del espectro mestizo. Los bolivianos y los peruanos más indígenas también se caracterizan por su forma de hablar más lenta y suave. Muchos hospiceños afirman que tienen un olor desagradable: “¡Debe ser su comida!, me explicó una anciana del lugar”.

Iquique cuenta con un barrio boliviano, varias asociaciones colombianas e innumerables restaurantes peruanos que a menudo funcionan como centros sociales. Alto Hospicio por el contrario tiene muy pocas asociaciones públicas o espacios sociales dedicados a los inmigrantes extranjeros. Mientras que algunos inmigrantes colombianos y peruanos se integran más fácilmente a la vida social en las áreas urbanas, los bolivianos están excluidos de la socialización colectiva y sujetos a discursos discriminatorios. En Bolivia el 60% de los ciudadanos se considera indígena (y hasta el 74% en la región del Altiplano que limita con Chile) y son los más pobres del continente americano, superado en el hemisferio sólo por Haití⁵². Los inmigrantes bolivianos son a menudo tratados por los chilenos como ciudadanos de segunda clase.

⁵¹ Esto contrasta fuertemente con las subjetividades de los mapuche en el sur de Chile, donde son racializados y con frecuencia confrontan al gobierno nacional. Ver Marino, M. E., Pilleux, M., Quilaqueo, D. and Martín, B. 2009. “Discursive Racism in Chile: The Mapuche Case”. Van Dijk, T. A., ed. *Racism and Discourse in Latin America*. New York: Rowman and Littlefield. 95–130; Crow, J. 2010. “Negotiating Inclusion in the Nation: Mapuche Intellectuals and the Chilean State”. *Latin American and Caribbean Ethnic Studies* 5(2): 131-52.

⁵² El Factbook de la CIA de los Estados Unidos clasifica a Bolivia como uno de los países más pobres y menos desarrollados del hemisferio. El terreno de Bolivia, especialmente en el Altiplano, dificulta los viajes, y después de perder su región costera debido a una persecución militar chilena en 1879, quedó sin salida al mar. Esto afecta la capacidad

Figura 1.9
Grafiti donde se lee: “Cholos fuera! Bolis, pata raja! Monos culiao”



Esta discriminación en Chile está estrechamente relacionada con las políticas indigenistas y los beneficios que se les ofrecen a los indígenas chilenos por estar catalogados como vulnerables. Muchos chilenos creen que los individuos con apellidos indígenas (ya sean oriundos o ciudadanos naturalizados) tienen mayor acceso a servicios sociales como vivienda pública, salud e incluso educación (aunque esta percepción es incorrecta). En la lógica racial del Alto Hospicio, las categorías de “indígena”, “boliviano” o “peruano” se mezclan para definir una subclase racial extranjera. Los términos se usan a menudo indistintamente, de modo que la nación de origen refleja la raza⁵³.

de las industrias bolivianas para exportar, las importaciones de sujetos a los impuestos y regulaciones de otros países y, según los informes, requiere que Bolivia pague a Chile o Brasil por el acceso a los cables de fibra óptica, impulsando los precios de Internet hacia arriba y hacia abajo. El Censo Nacional de 2001 arrojó tasas de pobreza del 59% y de pobreza extrema del 24,4%. Como sugiere el informe 2011 de UNICEF sobre la pobreza en Bolivia, “con casi ninguna inversión productiva, disminución de la demanda interna, falta de confianza, incertidumbre, creciente falta de prestigio de los partidos políticos y falta de credibilidad del sistema político, no existen condiciones para la reactivación de la economía en el corto plazo”.

⁵³ Vergara, J. I. and Gundermann, H. 2012. “Conformación y Dinámica Interna del Campo Identitario Regional en Tarapacá y Los Lagos, Chile”. *Chungara, Revista de Antropología Chilena* 44(1): 115–34. Disponible en <http://dx.doi.org/10.4067/S071773562012000100009>

Al agrupar a estos migrantes internacionales en una sola categoría, son racializados y estigmatizados y de esa misma manera muchos de los lugareños ven a los emigrantes económicos de otras partes del mundo. Las tensiones raciales rara vez se manifiestan con violencia, pero la estigmatización y la total discriminación contra los inmigrantes altiplanos es innegable. Como me dijo uno de mis entrevistados:

—El racismo aquí es el mismo que en todas partes, excepto que no los golpeamos, simplemente los ignoramos. No los insultamos a la cara, lo hacemos a sus espaldas.

Ignorar a los inmigrantes sirve a menudo para excluirlos de la vida social pública y del imaginario de la homogeneidad racial que data del período colonial. Como observa Bosniak, la noción de pertenencia tiende intrínsecamente a ser excluyente: algunos individuos deben erigirse inevitablemente como “fuera” de la comunidad para que el “interior” tenga valor⁵⁴.

Mientras que los colombianos, peruanos y bolivianos a menudo mantienen fuertes conexiones con sus países de nacimiento y tienen la esperanza de regresar a casa después de beneficiarse de la economía del norte de Chile, los grupos basados en la nacionalidad no existen a la vista del público en Alto Hospicio. Aunque se sabe que los hombres de origen colombiano se reúnen en un rincón específico de la plaza central, y en los barrios de las afueras de Alto Hospicio se puede oír a menudo los fines de semana por la noche Morenadas procedentes de Bolivia, estos grupos sociales no forman organizaciones oficiales ni difunden sus actividades en la red ni fuera de ella. Realmente no utilizan las redes para identificarse como miembros de tales grupos sociales. Mientras que más del 11% de los residentes de Alto Hospicio son de ascendencia aimara, muchos de los cuales son chilenos de nacimiento, no se organizan como forma de identificación a partir de sus orígenes o ancestros aimara. El director de la pequeña oficina del Consejo Nacional Aimara, que ocupa un edificio indescriptible a una cuadra de la antigua oficina de la alcaldía, señala que sus servicios están siendo completamente infrautilizados.

Esto se debe en parte a que identificarse como aimara, incluso para los chilenos, es vincularse con lo foráneo y se entiende como contrario a los discursos del progreso. De hecho, muchas personas ni siquiera saben que son indígenas hasta que descubren sus apellidos en una lista publicada por el gobierno. Como

⁵⁴ Bosniak, 2001. “Denationalizing Citizenship”.

se ha señalado anteriormente, la inclusión en esta lista clasifica al individuo como parte de una “clase vulnerable” que le permite acceder a las tierras indígenas y las becas universitarias, aunque no a la vivienda financiada por el gobierno ni a la asistencia sanitaria subvencionada. Pero en lugar de proporcionar un punto de convergencia de los derechos políticos, como ocurre en las zonas mapuches del sur de Chile⁵⁵ la identificación indígena en el norte es ignorada con facilidad o utilizada de manera despolitizada, sólo para acceder a ciertas ventajas gubernamentales.

De similar manera a las formas de identificación asociadas con el género y la sexualidad a menudo se les quita importancia. Para un parte de hospiceños, de ambos sexos, el centro local de mujeres es innecesario. De hecho, la mayor parte de su programación incluye cursos de tejer o clases de cocina saludable a los que cualquiera puede inscribirse. Muchos hospiceños consideran que el centro no es necesario porque piensan que la mayoría de las mujeres se sienten empoderadas en sus familias y su comunidad. Les parece que las cuestiones relacionadas con la pobreza y la violencia afectan a hombres y mujeres por igual. Perciben que ambos tienen los mismos problemas económicos, enfrentan niveles similares de violencia doméstica y tienen las mismas posibilidades de ser asaltados si caminan solos por la noche. En el discurso general valoran a las mujeres como madres, reconocen que necesitan tener amigos y una vida social fuera de la familia. Muchos hombres también comentan que sienten que sus esposas y novias están más capacitadas que ellos, ya que son generalmente ellas las que manejan las finanzas y organizan el tiempo que comparten dentro de la relación. Varios jóvenes incluso se burlaban diciendo que las mujeres ven las noches de chicas como un derecho humano, mientras que un hombre que sale con sus amigos es considerado altamente sospechoso y a menudo es controlado por su pareja.

Para las lesbianas, gays o bisexuales en Alto Hospicio, identificarse como tal puede causar revuelo dentro de la familia, pero generalmente no se hace escarnio público. Algunos jóvenes de ambos sexos se identifican abiertamente

⁵⁵ Carruthers, D. and Rodríguez, P. 2009. “Mapuche Protest, Environmental Conflict and Social Movement Linkage in Chile”. *Third World Quarterly* 30(4): 743–60; Richards, P. 2005. “The Politics of Gender, Human Rights, and Being Indigenous in Chile”. *Gender & Society* 19(2): 199–220; Richards, P. 2010. “Of Indians and Terrorists: How the State and Local Elites Construct the Mapuche in Neoliberal Multicultural Chile”. *Journal of Latin American Studies* 42: 59–90.

como lesbianas o gays. En Facebook e Instagram utilizan en sus publicaciones etiquetas como #lesbichile o #instagay. La mayoría no se lo oculta a sus familias y mantienen un estilo de vida normativo, con un trabajo asalariado convencional de acuerdo con su género. Da la sensación de que sólo cuando las personas que se identifican como homosexuales, lesbianas, bisexuales o heterosexuales adoptan roles que cruzan o confunden las líneas de género, se considera que infringen las convenciones sociales.

Por ejemplo, cuando Michelle, de 18 años, le dijo a sus amigas que estaba interesada en las mujeres, en un principio se burlaban de ella, preguntándole si se cortarían el pelo, dejaría de usar faldas y dejaría de estudiar diseño gráfico para trabajar en la construcción. Sin embargo, el grupo continuó invitándola a ir a Iquique y a las fiestas los fin de semana. Después de unos meses casi ninguna de sus amigas pensaba sobre Michelle de manera diferente a antes. Incluso cuando utilizó la etiqueta #lesbichile en Instagram, no fue tomado en cuenta por sus amigos. Por el contrario, las lesbianas que asumen una apariencia de “marimacho” y buscan empleo en lo que se considera formas masculinas de trabajo, como la minería o la construcción, son generalmente rechazadas por sus colegas masculinos y por los círculos sociales de mujeres.

Por ejemplo, cuando Michelle, de 18 años, le dijo a sus amigas que le gustaban las mujeres, al principio se burlaban de ella preguntándole si se cortarían el pelo, dejaría de usar faldas y dejaría de estudiar diseño gráfico para trabajar en la construcción. Sin embargo, el grupo continuó invitándola a sus salidas a Iquique y a las fiestas los fin de semana. Después de unos meses casi ninguna de sus amigas pensaba sobre Michelle de manera diferente a antes. Incluso cuando utilizó la etiqueta #lesbichile en Instagram, ninguno de sus amigos le dio importancia. Por el contrario, las lesbianas que asumen una apariencia de “marimacho” y buscan empleo en lo que se considera trabajos masculinos, como la minería o la construcción, son generalmente rechazadas por sus colegas masculinos y por los círculos sociales femeninos.

Los hombres están sujetos a similares restricciones de género. Pablito es homosexual y tiene unos veinte años, respecto a su sexualidad tiene la suerte de tener una relación abierta con su familia. Sin embargo, su madre no tiene ni idea de que participa en la organización de un espectáculo de transformistas que se hace una vez a la semana en Iquique. Él gestiona a los artistas a través de un perfil de Facebook con su nombre artístico. Cuida la privacidad de lo que publica y se mantiene vigilante para asegurarse de que su madre nunca

descubra este aspecto de su vida. Como conclusión, los hospiceños homosexuales y lesbianas son generalmente aceptados por su comunidad, siempre y cuando no alteren su aparente homogeneidad o llamen demasiado la atención sobre sí mismos.

Tal vez lo más importante, en ese intento de homogenización, es que las distinciones de clase en Alto Hospicio también se minimizan. La mayoría de la gente considera que pertenece a la mitad inferior del país según sus ingresos, pero muy pocos se ubican en el 25% más bajo (aunque las cifras oficiales sugieren que en la ciudad la pobreza puede acercarse al 40%). La clave para que exista este sentido de homogeneidad de clase es el rechazo colectivo del consumo ostentoso. Las personas que hacen compras caras a menudo se convierten en blanco de las críticas y son vistos con sospecha por sus vecinos.

En Alto Hospicio a menudo comía con Vicky, una mujer de 50 años que vive allí desde hace 20. Se mudó junto a su esposo Jorge, minero, durante la primera oleada de nuevos residentes en la década de 1990, junto con sus dos hijos pequeños, Alex y Gabriela. Cuando los conocí, Gabriela tenía un hijo, Samuel, y su prometido José se había mudado también con la familia. Un día, mientras comía su famosa pasta con pesto, Vicky me mencionó que sus vecinos de enfrente estaban construyendo un tercer piso en su casa.

—Sólo viven allí desde hace un año —me dijo—. ¿De dónde sacan el dinero? Deben ser narcotraficantes —dijo por supuesto.

En otra ocasión, Gabriela y ella hablaban de otra vecina, alguien que había llegado recientemente a la duna de arena de Iquique y que no se ajustaba a las normas del Alto Hospicio.

—Veo sus publicaciones en Facebook, lleva joyas y siempre está comprando ropa cara, zapatos y muebles nuevos. A mi me parece una pérdida de dinero, siempre publicando fotos, siempre mostrando.

Gabriela añadió:

—Es como si fuera una *flaite* pero sin ser una *flaite*.

Flaite es un término que escuché mucho, ya sea en las advertencias o en las bromas sobre términos de argot. Algo similar a “*gangsta*” o *ghetto* en inglés. *Flaite* es a la vez un sustantivo y un adjetivo. Describe a los jóvenes que pertenecen a las familias más pobres, que hablan un argot inculto y se consideran agresivos, incluso peligrosos (por ejemplo, “Que el *flaite* pudiera robar tu cartera” o “No uses esa palabra, es realmente *flaite*”). Sin embargo lo que llevó a Gabriela a hacer la comparación con su vecina es la idea de que los *flaites* son

conocidos por usar ropa llamativa de marca, de hecho es así cómo se identifican generalmente⁵⁶ y porque su vecina cuelga fotos de sus compras. Su ostentación se considera presuntuosa y una falta de tacto, así como *flaite*. De esta manera tanto Vicky como Gabriela dejaron claro cuales son sus límites de lo aceptable señalando casos que van más allá de las normas, tanto en lo que se refiere a la arquitectura del hogar, como a la manera que uno se presenta a si mismo. Las afrentas a la normatividad tienen consecuencias sociales que se reflejan en los chismes que comparten Vicky y Gabriela a la hora del almuerzo.

Individuos como los vecinos de Vicky, con ropa nueva y planchada proveniente de los grandes almacenes de Iquique, muestran una relativa prosperidad. En Alto Hospicio casi todo el mundo usa ropa de segunda mano comprada en el mercado local de Agro y los individuos con menos ingresos usan las mismas camisetas gastadas durante años. Sólo su aspecto andrajoso los distingue del mar de gente que va en camiseta y pantalones vaqueros, de trabajo color caqui o cortos. Es raro ver a una mujer con tacones altos o con una falda formal, incluso en el trabajo. En invierno lo común es llevar chaquetas de lana. Suelen calzar deportivas de marcas como Converse, Reebok o Nike y en los meses más fríos la mayoría de las mujeres usan botas de cuero de imitación. Algunos adolescentes adoptan el estilo *heavy metal* o *punk*, pero esto generalmente sólo se traduce en que usan más ropa negra que de color y ocasionalmente tienen algún tatuaje visible. Incluso casi todos llevan el pelo igual: los hombres corto y las mujeres largo y ondulado.

Del mismo modo, la mayoría de los hogares se ajustan a alguno de los estilos estándar. En contraste con la casa de tres pisos de los vecinos, la de Vicky es como la de la mayoría de las familias con ingresos fijos de Alto Hospicio. Estas casas tienen dos plantas y entre tres y cinco dormitorios, un baño y suelos de baldosas. Entre los de rango intermedio, las familias más nuevas viven a menudo en pequeños apartamentos de tres dormitorios en grandes poblaciones, como el que yo vivía. Aunque los apartamentos son bastante amplios para una o dos personas, en la mayoría conviven miembros del al menos tres generaciones de la misma familia, a menudo con cinco o siete miembros que comparten las

⁵⁶ Algunos chilenos sugieren que la palabra *flaite* viene de la línea de zapatos Nike "Air Flight" de Michael Jordan, que al ser pirateados pasan a llamarse, "Flight Air". Sin embargo, su origen más citado provendría de "flyer", en el sentido de alguien bajo los efectos de alguna droga.

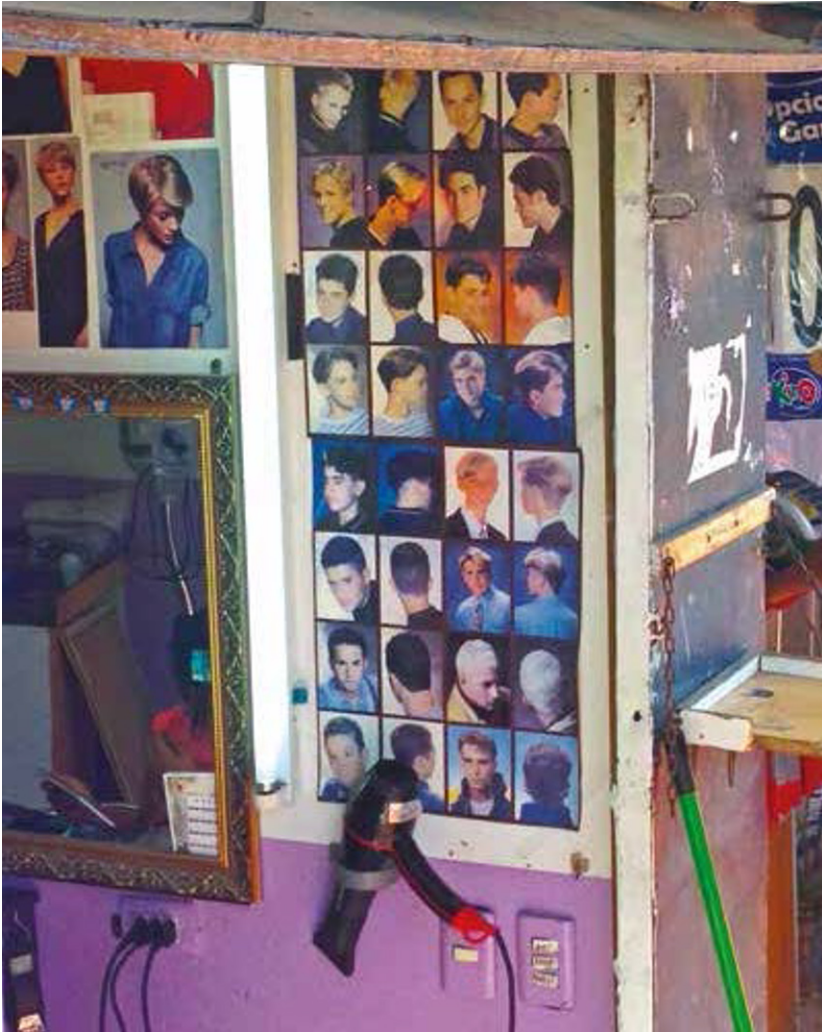
tres habitaciones pequeñas. En los barrios más pobres las casas están a menudo construidas por las familias que viven en ellas, a veces sin derecho legal a la tierra. Estas casas tienen el suelo de cemento y uno o dos dormitorios en los que se encajan las camas como piezas de un rompecabezas.

Figura 1.10

Estilos de ropa de mujer a la venta en el mercado agrícola de Alto Hospicio



Figura 1.11
Exhibición de posibles peinados en una peluquería



Las condiciones de vida varían mucho y suelen organizarse por vecindarios: las familias relativamente más ricas viven en el área central y más antigua de la ciudad, y los más pobres viven en asentamientos a las afueras. Sin embargo la arquitectura también ayuda a homogeneizar estas diferencias ya que casi todas

las casas, cualquiera sea el vecindario, tienen una valla o muro alto con pinchos para disuadir a los que quieran entrar sin permiso. Estas vallas no sólo sirven para proporcionar seguridad, si no también evitan que se vea el interior de la casa, haciendo que las diferencias de calidad y tamaño sean difíciles de percibir desde el exterior.

Dentro de la casa, algunas posesiones materiales también ayudan a identificar la clase social. Los aparatos electrónicos se consideran necesarios, aun cuando las normas culturales prevalentes en Alto Hospicio evitan las ideas consumistas que caracterizan a las clases medias de los países de ingresos medios y altos. Una computadora es esencial para todos, menos para las familias más pobres, mientras que una nueva Xbox es una verdadera señal de recursos. Si bien la prevalencia de una tecnología bastante nueva pueda parecer contraria a la identificación como ciudadanos marginados, compran estos artículos relativamente baratos en el centro comercial Zofri. Se les da prioridad sobre otros bienes de consumo, incluyendo ropa, muebles nuevos e incluso necesidades aparentemente básicas como agua caliente o reparar los techos y paredes dañadas. Aparte de los aparatos electrónicos, la mayoría de los artículos para el hogar se compran de segunda mano⁵⁷.

Las familias compran electrodomésticos como frigoríficos y estufas en el mercado al aire libre de Alto Hospicio, o en internet a través de grupos de Facebook como “Compra y venta en Alto Hospicio”. Para la mayoría de las familias, los televisores, equipos estéreo, videojuegos y *smartphones* son los pocos bienes de consumo caros que se consideran importantes, a pesar de los limitados recursos económicos de una familia. Estos representan un gasto significativo en una comunidad donde muchos mantienen a una familia con el salario mínimo nacional de 210.000 pesos chilenos al mes (alrededor de 340 US \$). A medida que las redes sociales se han vuelto cada vez más importantes para la vida cotidiana, ahora los hospiceños consideran estos dispositivos esenciales.

⁵⁷ Según la encuesta Casen 2011, en la región de Tarapacá, la propiedad familiar de los bienes del hogar era la siguiente: vehículo, 32 por ciento (28,7 por ciento en Chile en general); máquina de lavar 60,9 por ciento (70,8 por ciento), refrigerador 67,1 por ciento (79,8 por ciento), calentador de agua 34,5 por ciento (59,8 por ciento), teléfono móvil 93,3 por ciento (94 por ciento) y conexión de televisión por cable 39,6 por ciento (41 por ciento), computadora 42,9 por ciento (44,5 por ciento), acceso a Internet 34,6 por ciento (33,4 por ciento). Ver “Encuesta de caracterización socioeconómica nacional”. 2011. Santiago: Casen. Disponible online at http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen_obj.php

Las casas son especialmente importantes porque hay pocos locales para el esparcimiento y el consumo en Alto Hospicio. Mientras que los contextos económicos neoliberales suelen caracterizarse por una proliferación de empresas enfocadas a la restauración, el entretenimiento y locales de moda, la mayoría de las empresas de Alto Hospicio son de propiedad familiar y pocas tienen la ambición de ganar más de lo que necesitan para sustentar a una única familia. La mayoría de los restaurantes son de comida para llevar. Para comer sentado son muy populares sus ocho restaurantes chinos. La ciudad tiene un salón de billar, dos bares y un club de *striptease* (sólo para hombres). No hay restaurantes *gourmet*, ni grandes almacenes, cines, boleras o casinos. Tampoco, en contraste con otros lugares de Latinoamérica, la plaza central es un espacio social de encuentro y conversación con vecinos. En cambio, aquí la casa es el eje de la vida social.

En la mayoría de las familias, la comida es especialmente importante para pasar tiempo juntos. El desayuno es menos formal, pero toda la familia regresa a la casa para el almuerzo, la comida principal del día. Compartiendo platos de arroz con carne o fideos con atún y salsa de tomate, la familia se toma un descanso del trabajo y están una hora juntos. Normalmente sólo faltan los mineros que trabajan a varias horas de la ciudad. En el centro de Alto Hospicio hay un montón de pequeños restaurantes, pero sus clientes suelen ser obreros de otras ciudades que trabajan en la construcción. Los residentes prefieren llevarse a casa las populares raciones de pollo frito y patatas fritas, o colaciones de fideos, verduras, carne y ensalada, que se despachan a través de pequeñas ventanas que hay por toda la ciudad, para comer con la familia.

El té de la tarde, conocido como la once, es también un evento familiar y se acompaña de pan y queso, aguacate o carne para hacer sándwiches, mientras que la radio o la televisión retransmite las noticias del día. La familia, así como los amigos u otros familiares que viven en otros barrios y van de visita, permanecen horas de sobremesa hablando de las noticias, la familia y los chismes del barrio. En los últimos años, sin embargo, los adolescentes a menudo huyen de la mesa después de comer para volver a Facebook, e incluso los niños más pequeños piden permiso para continuar jugando a los Angry Birds. Con la ubicuidad de las redes sociales, los espacios públicos ya no son necesarios para socializar. Uno puede estar conectado con tus amigos y familiares sin salir de casa.

Estas costumbres también revelan la forma en la que esa clase social sostiene el día a día en términos de recursos económicos y en un nivel social

similar. La clase social también ayuda a dar forma a las normas culturales y a las perspectivas culturales⁵⁸. Respecto a esto, la mayoría de los hospiceños son bastante semejantes, suscribiéndose a la misma normatividad sin más pretensiones que la mayoría de sus vecinos. Se identifican con un sentido de marginalidad general y local, restan importancia a la parafernalia neoliberal sobre las grandes casas y la ropa de lujo en favor de los puntos comunes compartidos por todos los miembros de la comunidad. Casi todos los individuos en Alto Hospicio, incluso con sus diferencias personales, todavía caben en esta escena. Sus planes de vida rara vez implican aventuras que no sean encontrar un trabajo y un compañero o compañera, hacer un hogar juntos, criar a los niños (tal vez tener una mascota) y disfrutar por las noches de la televisión por cable en una gran pantalla plana mientras chatean con sus amigos con un *smartphone* de marca Samsung.

Son muy pocas personas las que terminan una carrera universitaria. Para los jóvenes la industria minera es más lucrativa y tiene más estabilidad laboral. Aunque los contratos suelen durar entre seis meses y tres años, existe la sensación de que siempre hay alguna explotación que necesita de trabajadores. La mayoría está contenta de permanecer en Alto Hospicio, rara vez expresan deseo de trasladarse a Iquique y mucho menos a otra región. Pocas personas aspiran a tener educación superior o un empleo más allá de las opciones disponibles en la región. Aunque la mayoría de los jóvenes pueden citar textualmente películas de Hollywood, pocos desean llegar a ser competentes en inglés o portugués. A los adultos más jóvenes les encanta hacer chistes con los comerciales de los cursos de inglés que se emiten en televisión, repitiendo burlescamente palabras de los anuncios como “hospitalisation” y “Sr. Fitzpatrick”.

Aunque viajar dentro de la región es algo común, hacer un viaje de más de unas pocas horas en autobús se considera complicado. Viajar a otras partes de Chile por lo general implica trayectos en autobús de más de 24 horas y un billete de ida y vuelta cuesta al menos \$ 60,000 CLP o US \$ 100 (alrededor de un tercio a una quinta parte de lo que sale un billete de avión). Mientras que algunos jóvenes desean trasladarse a Santiago (sobre todo los que tienen familia allí), la

⁵⁸ Bourdieu, P. 1984. *Distinction*. Ver también Barr-Melej, P. 1998. “Cowboys and Constructions: Nationalist Representations of Pastoral Life in Post-Portalian Chile”. *Journal of Latin American Studies* 30(1): 35–61; Gramsci, A. 1971. *Selections from the Prison Notebooks of Antonio Gramsci*. Hoare, Q. and Nowell Smith, G., eds. New York: International Publishers.

mayoría de los hospiceños ven la capital y las otras grandes urbes como lugares caóticos y con mucha delincuencia. Aunque no piensen que Alto Hospicio es un lugar ideal, lo consideran un punto intermedio que ofrece las comodidades de la vida urbana (en contraposición a los pequeños pueblos mineros) sin las molestias de las multitudes del metro de Santiago, los barrios llenos de delincuentes de poca monta, la contaminación y suciedad asociada a la vida urbana. De hecho, muchas veces se refieren a la capital como “Santiasco”.

Un popular meme, sólo el texto sobre un fondo blanco, retrata la visión que muchos hospiceños tienen de Santiago. El texto dice:

Vivir en Santiago es...

- 1) Despertarse a las 5 am, besar a tus hijos mientras duermen y llegar al trabajo a las 8 am mientras procuras no ser asaltado.
- 2) Parar durante media hora para comer comida de mierda o beber café mientras procuras no ser asaltado.
- 3) Dejar el trabajo a las 6:30 y llegar a casa a las 9, procurando no ser asaltado.
- 4) Besa a tus hijos mientras duermen.
- 5) Ducharse, comer algo y tratar de dormir 6 horas.

Gracias, pero creo que me gustaría quedarme aquí, en mi región.

Con estas acciones en las que se describen a todos como similares y las que los distancian o expresan aversión hacia Santiago, hacen una separación entre las personas marginadas con las que se identifican y un mundo completamente diferente, consumista, cosmopolita, explotador y “desagradable” al que pertenecen los Otros. Ariztía⁵⁹ señala que en Santiago tanto la zona donde se compra una casa nueva como los objetos con que la decoran están estrechamente conectados con un sentido de “distinción”⁶⁰ así como de pertenencia e identidad⁶¹. Estos son los puntos que se consideran para establecer y negociar las categorías de clase⁶². Las disertaciones contra el consumismo y la estética de Alto Hospicio se combinan con la tendencia a agrupar a todos

⁵⁹ Larraín, T. A. 2014. “Housing Markets Performing Class: Middle Class Cultures and Market Professionals in Chile”. *The Sociological Review* 62(2): 400-20.

⁶⁰ Bourdieu, P. 2005. *The Social Structures of the Economy*. Cambridge: Polity Press.

⁶¹ Savage, M., Bagnall, G. and Longhurst, B. 2001. “Ordinary, Ambivalent and Defensive: Class Identities in the Northwest of England”. *Sociology* 35(4): 875-92.

⁶² Larraín, A. 2009. “Moving Home”.

dentro de un sentido general de marginalidad en vez de apelar a los conceptos subdivididos de las políticas identitarias. Al hacerlo, construyen un binario entre la población buena, trabajadora, pero explotada y marginalizada de Alto Hospicio y los habitantes superficiales, consumistas, capitalistas y explotadores que se imaginan en Santiago.

Al ajustarse a la normatividad estética y no aspiracional sus habitantes se sitúan socialmente como pertenecientes a un lugar marginal, contentos con su estilo de vida e incluso orgullosos de identificarse como marginales. No resaltan su autonomía e individualidad, sino que se presentan como estrechamente vinculados a redes fundadas en la familia, la amistad, las relaciones de trabajo y el compromiso de la comunidad. En términos de raza y clase, los individuos en Alto Hospicio se han esforzado mucho por mantener ese sentido de homogeneidad, en lugar de enfatizar las diferencias entre dispares grupos sociales.

Esto se logra, en gran medida, dando más importancia a las formas de identificación que respaldan los ideales de la comunidad y el orgullo de la clase obrera, sobre las que se basan en la nacionalidad, raza, etnia o hábitos de vida consumista. Así, en un lugar con tanta migración y mezcla en el que se podrían manifestar fácilmente choques culturales y yuxtaposición de historias, tradiciones, costumbres y preocupaciones, estas diferencias se neutralizan con una normatividad visible. Dicha normatividad se revela particularmente a través del uso que le dan los hospiceños a las redes sociales. Se destaca especialmente la identificación con una sensación general de marginalidad, mientras que otras formas más particulares de identificación se borran.

Gente ordinaria, ciudadanía extraordinaria

Estas normatividades, tanto dentro como fuera de las redes sociales, son claves para la ciudadanía en sus diferentes aspectos. En general ser un “buen” ciudadano en un contexto neoliberal implica integrarse con la población como un miembro adecuado, que se reproduce, encuentra empleo y aspira a tener posesiones, propiedades y riqueza⁶³. Sin embargo para los residentes en Alto

⁶³ Aizura, A. Z. 2006. “Of Borders and Homes: The Imaginary Community of (Trans)sexual Citizenship”. *Inter-Asia Cultural Studies* 7(2): 289-309; Smith, S. 1989. “Society, Space and Citizenship Transactions”. *IBG* 14:144.

Hospicio es importante diferenciarse de lo que ven como una forma dominante pero explotadora de la ciudadanía tradicional y en su lugar se posicionan como ciudadanía marginada, representativa de los chilenos “reales”.

Al igual que muchos hospiceños, Francisco, de 30 años, no publica mucho contenido propio en su Facebook. Sus extrañas descripciones de estado rara vez completan la frase. Más de la mitad de sus fotos de perfil son de celebridades, gatos o caricaturas, en lugar de una foto suya. En las que aparece lo retratan con su uniforme de trabajo en un muelle de carga o con el traje de faena de la época que estuvo en el ejército. Sin embargo publica todos los días múltiples memes, videos y música. La mayoría de los memes son sobre temas relacionados con la marginalidad y las diferencias tratados con humor. En uno de los memes que publicó retrata a Adán y Eva en el Jardín del Edén. Eva pregunta:

—Adán, ¿De dónde crees que somos?

A lo que Adán responde:

—Estamos en Chile, Eva. ¿No ves que estamos sin ropa, sin comida, sin casa, sin educación y sin hospitales? ¡Y todavía nos dicen que estamos en el paraíso!

Francisco aquí redefine lo que es la ciudadanía chilena desde una perspectiva marginal. Cuando los hospiceños en su imaginario se oponen a los santiaguinos, afirman que ser marginados es lo normal, la condición del Chile real. Al hacerlo marcan su propia ciudadanía como la de “ciudadanos de bien”, en contraste con los que reclaman la ciudadanía basada en políticas de identidad, en vez de reconocerse con la solidaridad, el consumo en lugar del trabajo duro y la clase trabajadora y, por supuesto, con el poder político más que con una marginalidad subjetiva. Van más allá de identificarse con el estatus legal y los derechos políticos para resaltar la participación pública y los sentimientos de pertenencia. Para ellos la ciudad está por encima de la región y esta de la nación, y dan más importancia a la ciudadanía cultural que a la ciudadanía política. La mayoría de los hospiceños también priorizan un sentido normativo de marginación por encima de las políticas identitarias de género, sexualidad e **indigeneidad**.

Al identificarse como marginados y retratar esta marginalidad como lo normal, los hospiceños invierten la lógica del centro y la periferia. Buscan posicionarse como “verdaderos” chilenos, mientras que los del “centro” del país — simbolizado por Santiago— son los Otros, los cosmopolitas. En parte es posible gracias a las redes sociales que les da un espacio para expresar ese cambio, en el que teóricamente los de Santiago, o de otros “centros” del mundo, pueden ver

sus publicaciones. Los hospiceños las usan sobre todo para expresar las preocupaciones locales, en las que se valora la normatividad en lugar de la distinción. Esta normatividad enfatiza aspiraciones sin pretensiones y objetivos de vida utilitaria enfocados en la comunidad local, con muy poco énfasis en cualquier cosa que pueda considerarse fantasía. Conclusión: hay algo extraordinario en lo ordinario de Alto Hospicio.

La forma de este proyecto

Me tomó tiempo llegar a reconocer la extraordinaria naturaleza de lo ordinario de Alto Hospicio. Colegas y conocidos en Santiago, e incluso los propios hospiceños, me cuestionaban por haber elegido una ciudad tan marginal como lugar para hacer mi trabajo de terreno para este proyecto. Como respuesta, suelo explicar que los estudios de las redes sociales se basan en centros urbanos, como Nueva York, Madrid, El Cairo o Santiago, donde se desarrollan nuevas formas de capitalismo, identidades cosmopolitas o manifestaciones de masas que se forjan en el ámbito de las redes sociales. Al considerar el uso de las redes en estos contextos ya cosmopolitas, vemos las tecnologías digitales como un motor de la ciudadanía global, la homogenización, la democracia y la modernidad. Sin embargo, observar las redes sociales en lugares periféricos pone de manifiesto que el uso que hacen los individuos de las redes sociales en su vida cotidiana es contrario a estas grandes narrativas de homogeneización. Este libro explora las maneras en que los hospiceños usan las redes sociales, formas que entran en conflicto con las suposiciones acerca de los poderes cosmopolitas y revolucionarios de esos medios.

Si bien algunos críticos sugieren que un proyecto sobre redes sociales puede realizarse con éxito en línea, para este proyecto en particular el estudio del comportamiento en las redes, lo que sucede a través de otros medios y las interacciones cara a cara son una importante contribución. Esta combinación es básica para mantener el compromiso antropológico con un estudio holístico de los seres humanos⁶⁴. Si nunca hubiera puesto los pies en el Alto Hospicio, no me habría percatado de las intrincadas maneras en que la historia de Chile y la región, la misma fundación de Alto Hospicio y su política económica actual,

⁶⁴ Horst, H. and Miller, D. 2012. *Digital Anthropology*. Oxford: Berg.

influyen en cómo se utilizan las redes sociales. La comprensión de la ciudadanía marginada “sobre el terreno” era esencial para entenderla “en línea”. Espero que este libro contribuya a una mejor comprensión de las formas en que la identificación, la normatividad, la marginalidad y la ciudadanía se practican a través de las redes sociales, pero también pondrá en cuestión la idea esencial de que las redes son una tecnología universalmente democratizadora.

Para realizar este libro el trabajo de campo en Alto Hospicio fue de 15 meses, entre septiembre de 2013 y junio de 2015. Como parte de este proyecto etnográfico, conviví con su gente, comí con ellos, viajé en autobuses públicos y automóviles particulares, acudí a reuniones de vecinos, fiestas de cumpleaños y funerales, compartí cervezas e incluso sobreviví a grandes terremotos junto con ellos. También observé el uso que hacían de las redes sociales como Facebook (110 amigos), Instagram (siguiendo a 75 usuarios), Tumblr (siguiendo a 40 usuarios), Twitter (siguiendo 30 cuentas) y WhatsApp (25 contactos individuales y 5 grupos). En lugar de tomar las acciones de los usuarios por su valor nominal, también los entrevisté para que reflexionaran sobre estas prácticas con conversaciones casuales y con dos encuestas diferentes. Para realizar estas encuestas, conté con la ayuda inestimable de mi asistente en la investigación Jorge Castro Gárate.

También pasé muchas noches chateando con mis informadores en el Messenger de Facebook u organizando fiestas los fines de semana a través de WhatsApp. Era esencial para el trabajo dar al me gusta y comentar las publicaciones de Facebook, pero sin nunca mentir. Por último, durante la redacción de este libro, he estado en contacto con ellos constantemente a través de Facebook y WhatsApp con el fin de verificar los hechos y aclarar detalles. Al igual que los métodos presenciales de investigación etnográfica descritos anteriormente, las redes sociales también permiten al etnógrafo relacionarse con los informadores, ver cómo interactúan con los demás y obtener una valiosa información sobre sus vidas.

Debido a que Alto Hospicio es un lugar tan distinto, no tenía mucho sentido convertir la ciudad en un lugar anónimo. Sin embargo los nombres de las personas y algunas instituciones aparecen con los nombres cambiados. Fue una suerte haber hecho este trabajo en una ciudad en lugar de un pueblo pequeño, de esta forma no es obvio para un lector local que estoy escribiendo sobre el amigo de su primo. Podría estar hablando sobre cualquiera de los cientos de mineros que viven en la ciudad con su esposa, tres hijos y disfrutan montando en moto los fines de semana. Evidentemente al anonimizarlos se pierden

detalles que enriquecen a los individuos y sus vidas. Mi deseo, al utilizar con cuidado la información, era alcanzar un equilibrio entre proteger los intereses de los informantes y proporcionar al lector detalles que les permita comprender aquello que escribo y los vea como seres humanos reales en lugar de personajes bidimensionales o simplemente fuentes de “datos”.

Más allá de Alto Hospicio, este proyecto se esfuerza por ser comparativo. Pocos proyectos etnográficos utilizan la comparación explícitamente, pero este trabajo es parte de un estudio global en el que nueve antropólogos han estudiado las redes sociales con el mismo esquema, al mismo tiempo, en diferentes lugares alrededor del mundo. La serie *Why We Post* no sólo proporciona un análisis profundo del uso de las redes sociales en cada lugar en particular, sino también permite una comparación directa con los otros sitios.

Al igual que otros títulos de la serie *Why We Post*, este libro sigue un formato estándar, manteniendo los temas de ciudadanía, marginalidad y normatividad expuestos en la introducción. El capítulo 2 explora las distintas maneras que se utilizan las redes sociales en Alto Hospicio y cómo éstas a veces están condicionadas por la marginalidad, o como en otras ocasiones pueden ser utilizadas para luchar en contra de las condiciones de vida que sus habitantes consideran malas. El capítulo 3 da ejemplos claros de las imágenes en las redes sociales, mostrando cómo la presentación de uno mismo como “buen ciudadano” es central para la curación de la imagen incluso en las comunicaciones visuales y cómo estos a veces están condicionados por la marginalidad, mientras que otras veces pueden ser utilizados para impugnar las condiciones de vida que los hospiceños consideran desagradables. El capítulo 3 ofrece ejemplos claros de las imágenes de hospiceños en las redes sociales, y analiza cómo presentarse a sí mismo como un “buen ciudadano” es fundamental para la conservación incluso en las comunicaciones visuales. En el capítulo 4, describo las formas en que los hospiceños usan las redes sociales para crear, fortalecer y representar relaciones íntimas, aquellas entre la familia, amigos y parejas, a menudo al servicio de mantener formas de normatividad dentro de la comunidad. El capítulo 5 se concentra en las tensiones entre presentar al yo como un ciudadano productivo en lugar de un consumidor, y las formas en que estas tendencias están condicionadas por el género y la sexualidad. En el capítulo 6 analizo cómo los hospiceños se imaginan su lugar dentro de un mundo más amplio, y las formas en que concentrarse en las preocupaciones locales refuerzan la solidaridad comunitaria y un sentido general de identificación marginada en lugar de formas de identificación subalternas más específicas. Finalmente, en el capítulo 7 condensé la información

que aprendí a través de la etnografía y la participación con hospiceños en las redes sociales, dando una idea de cómo ese uso es importante en la vida de las personas y explorando lo que esto puede decirnos sobre marginalidad, ciudadanía y normatividad en el siglo veintiuno.

Como este libro demuestra en varias esferas sociales, desde la familia hasta la política, es precisamente la normatividad de las redes sociales en Alto Hospicio lo que hace que un medio aparentemente ordinario sea extraordinario.

CAPÍTULO II

PANORAMA DE LAS REDES SOCIALES: ACTUACIÓN DE LA CIUDADANÍA EN LÍNEA

En una tarde nublada conocí a Andrés, Francisca y su novio Franklin en la plaza principal, antes de dirigirnos a un restaurante de comida para llevar. Entramos a la tienda y pagamos \$ 3.000 (US \$5) cada uno al cajero, quien nos entregó boletos para recibir nuestra comida en el mostrador. Allí observamos a través de los cristales opacos las posibles opciones: carne de res, pollo frito, fideos con salsa de pesto, patatas con mayonesa, lechuga, arroz y la típica ensalada chilena que consiste en tomates, cebollas y cilantro. Pasé mi pedido de pollo, fideos y ensalada en el mostrador, luego me senté al lado de los otros tres en sillas plegables a lo largo de la pared. Mientras esperábamos que pusieran el bolsos de plástico las cajas blancas de polietileno que contenían nuestros almuerzos, todos entramos simultáneamente en Facebook en nuestros teléfonos móviles. Francisca se rió de la nueva foto profesional de su prima en la que estaba haciendo una pose inusual. Franklin miró sobre su hombro y comentó:

—Parece una foto de Fotolog —refiriéndose a un sitio para compartir fotografías en línea, popular a principios de la década del 2000.

—¡Oh, Fotolog! —rió Andrés. Los viejos tiempos. ¿Se acuerdan del Terra? ¿Y el chat?

Mientras caminábamos de regreso al apartamento con nuestros almuerzos empacados, Andrés recordó:

—Cuando estaba en la escuela secundaria todos comenzamos a usar el chat. Teníamos grupos, solo escribías “hola” y lo dejabas allí. Lo hacíamos todo el rato. Antes era solo en papel. Le pasabas una notita a alguien durante el recreo, y más tarde te daba una respuesta. ¡Qué aburrido! Así fue en Alto Hospicio antes de internet. Cuando llegó internet fue algo masivo. Fue en 1999, tal vez en 1998, cuando comenzó de manera básica. La gente empezó a usar el chat en Terra, con ese horrible sonido weeeee-dum-dum-uuuuuuuu (imitando el ruido del discado del módem).

Después de revelar que nunca había oído hablar de Fotolog o Terra, los tres comenzaron a explicarme las diferentes comunicaciones basadas en Internet que

habían sido populares en Alto Hospicio a lo largo de los años. El primer portal web fue Terra, que permitió la comunicación por texto en un foro de chat abierto. Poco después llegó MSN Messenger. Más o menos al mismo tiempo, el sitio de publicación de fotos Fotolog se hizo popular, particularmente porque permitía a los usuarios recibir actualizaciones sobre sus amigos íntimos. Los comenzaron a usar el chat IRC, que ofrecía canales en diversas ciudades de Chile. El siguiente fue Latin Chat que era la red más utilizada; proporcionó diferentes foros de discusión, según la ubicación y también según el interés (belleza películas, fútbol) o diferentes preferencias sexuales (incluyendo sexo erótico, gay, lésbico y grupal). Esta fue también la época de Sexy-o-No, un sitio en el que se podía votar en las fotografías subidas por otros como “sexy” o “no”.

—¡Siempre me puse “sexy”! —se jactó Andrés mientras levantaba los brazos en señal de victoria.

Con nuestros almuerzos servidos en la mesa y una botella de 3 litros de Coca Cola compartida, los tres continuaron contando la historia de los sitios de redes sociales utilizados en Alto Hospicio. Alrededor de 2005 todo pareció cambiar a medida que las personas pasaban de una interacción de Internet más simple, basada en texto o en imágenes, a plataformas que combinaban todo: chat, imágenes, videos y comentarios.

—Hubo un gran salto a MySpace en esos días —dijo Franklin mientras comía un bocado de patata.

—¿Te acuerdas de Badoo? —preguntaron Francisca y los dos hombres casi chillando de emoción:

—¡Badoo. Badoo! Oh, era mucho mejor que MySpace —dijo Andrés—. ¡Y también fue el boom del video!

El intercambio de videos de YouTube y Google se había vuelto muy popular, pero lo más importante era que el sitio El Rellano comenzó a agregar videos graciosos, cargados por el usuario, de mascotas haciendo tonterías y personas cayéndose. Los blogs también permitieron combinar todos estos aspectos de Internet, posibilitando a los usuarios compartir videos, cargar sus propias imágenes y escribir comentarios cortos. Los amigos podían (de hecho se esperaba) comentar. La popularidad de estos primeros blogs condujo al uso de Tumblr.

—Finalmente Facebook llegó en 2008 —dijo Andrés mientras dejaba su tenedor y llenaba su vaso de refresco.

—Entonces, ¿Facebook es hoy la red social más importante? —pregunté tratando de estimular la discusión. Andrés explicó:

—Bueno, las redes sociales de hoy se parecen mucho a una colación. No quieren todos lo mismo. Es mejor si tienes una mezcla. Pero tampoco quieres solo una pequeña cantidad de todo. Tienes que elegir. Y algunas cosas son más importantes. Por ejemplo, no puedes tener redes sociales sin Facebook. No puedes tener una colación sin carne.

—¿Y si eres vegetariano? —Francisca lo desafió.

—¡Entonces tienes Google+! No es Facebook, pero la gente que lo usa piensa que es igual de bueno —intervino Franklin.

Con esta colorida historia, los tres no solo me dieron una idea de cuán importantes han sido las diferentes formas de comunicación derivadas de internet en los últimos 15 años. También revelaron las maneras en que los nuevos medios de comunicación se habían rápidamente incorporado y normalizado. Dicha tecnología se integra casi a la perfección en la vida cotidiana, hasta que llegue el próximo gran *boom* y algo nuevo se adopte rápidamente. En general, su relato demuestra que las redes sociales no cambian significativamente las vidas de las personas, sino que se convierten en nuevos conductos para prácticas perdurables. En particular, las redes sociales constituyen una nueva —y posiblemente la más importante— esfera pública en la que se realizan y debaten las nociones de ciudadanía, mientras se reproducen las formas de normatividad prevalentes en la ciudad.

Modernidad y medios de comunicación en Chile

La historia de las comunicaciones por Internet de Andrés, Francisca y Franklin en Alto Hospicio fue solo el capítulo más reciente de una historia mucho más larga de las comunicaciones en Chile. El país siempre ha estado a la vanguardia de las telecomunicaciones en América del Sur, coincidiendo con la tendencia de los chilenos urbanos a presentar al país como un precursor de la modernidad en el continente. En 1852, apenas 15 años después de que se inventara el telégrafo eléctrico comercial, se envió el primer mensaje en Chile. Al año siguiente, el servicio telegráfico se hizo público. Los chilenos comenzaron a usar teléfonos en la década de 1880 y los cables submarinos se colocaron en la década de 1890¹.

¹ Carvallo-Fernandini, R. and Lafuente, D. S. 2008. "The History of CTC and Entel: Precursors of the Telecommunications in Chile". Valparaíso: Universidad Católica de Valparaíso. Disponible online at <http://www.ieeeghn.org/wiki/images/0/08/Carvallo-Fernandini.pdf>.

Chile es actualmente uno de los mercados de redes sociales más comprometidos en el mundo, con un promedio de 9.5 horas diarias por visitante de los sitios de redes sociales. De hecho, el país es el tercer mercado más penetrado por Facebook en el mundo, detrás de Filipinas y Turquía. A Florencio Utrera, de la Universidad de Chile, se le atribuyó la introducción de Internet en Chile en 1992. Su uso se extendió rápidamente debido a la desregulación de las telecomunicaciones, lo que alentó a las empresas privadas a competir por precios y servicios. El uso generalizado comenzó en las áreas urbanas en el norte del país hacia fines de la década. A lo largo de los años noventa, el gobierno chileno controló los precios, amplió el uso de internet en las escuelas y ofreció capacitación en Internet a ONGs, funcionarios gubernamentales y empresas. Hoy Chile tiene la tasa de penetración más alta de banda ancha global en América Latina y los proyectos del gobierno continúan dedicando recursos. El 28 de junio de 2013, el ex presidente Sebastián Piñera anunció que se enfocaría en aumentar el número nacional de usuarios para llevar internet al 80% de los hogares chilenos. Prometió reducir los costos de conexión y expandir la banda ancha de alta velocidad, proporcionando wifi gratuito en todas las comunidades del país².

Lógicamente, esta alta inserción del acceso a internet ubica a los chilenos de manera muy central en la participación en las redes sociales, pero Alto Hospicio y todo el Norte Grande de Chile continúan rezagados. Si bien muchas comunidades tienen acceso gratuito a wifi en sus plazas céntricas, por ejemplo, no hay puntos de wifi gratuitos en Alto Hospicio. Algunas tiendas de Internet ofrecen computadoras conectadas, disponibles para alquilar en intervalos de diez minutos, pero no hay restaurantes o cafeterías con wifi disponibles para los clientes. Incluso la pequeña biblioteca, que rara vez se usa, carece de acceso wifi y no ofrece terminales de computadora para los clientes. Muchos se quejan también de que en el norte el servicio de datos en teléfonos móviles es menos adecuado. Cuando mi vecino Álvaro regresó de un viaje para visitar a su familia en Santiago, me dijo:

—Las redes son mucho mejores allá. Incluso podía usar internet en mi teléfono para hacer video llamadas. ¡Y la imagen era clara! Si trato de hacer lo mismo aquí (en Alto Hospicio), la llamada se cae.

² “Latin America Digital Future in Focus” report. 2013. Comscore. Disponible online at http://www.comscore.com/Insights/Blog/2013_Digital_Future_in_Focus_Series.

Con frecuencia, los tienen que buscar su propias maneras de conectarse a Internet. Muchas personas colocan antenas más grandes en los techos para capturar una mejor señal cuando Internet es muy lenta. Otros contratan a sus vecinos o “compañías” sin licencia para hacer modificaciones similares. El acceso a Internet auto instalado ha sido habitual desde principios de la década de 2000, cuando las conexiones domésticas a Internet estuvieron disponibles en Alto Hospicio. Diego, un electricista de treinta y tantos años, me explicó cómo había conectado personalmente su casa a Internet en 2001. En lugar de pagarle a una compañía para que viniera a la casa y conectara la señal, algunos vecinos y él conectaron cables desde el centro de la ciudad hasta sus casas. Describió el proceso de subirse a los techos para alcanzar los cables, y luego los encadenó en zigzag de una calle a otra durante aproximadamente un kilómetro hasta que llegaron a su vecindario.

—Fue casi una expedición, solo para llevar internet a la casa —me dijo.

Ahora la mayoría de las personas tienen internet en casa instalado por técnicos de la compañía, pero aun hay algunos barrios en Alto Hospicio donde el servicio de Internet por cable no está disponible. Las familias en estas áreas confían en sus teléfonos móviles para el servicio. Sin embargo, incluso en los barrios donde se instala fácilmente Internet, un número significativo de personas admite que utilizan clandestinamente las redes wifi de otras personas.

En mi encuesta a 100 usuarios de internet³, el 67% de los encuestados informó que tenían acceso a banda ancha en sus hogares. Otro 10% conectó su teléfono móvil a una computadora para el servicio de Internet y el 21% dijo que usaron la señal wifi de un vecino. Dieciocho por ciento dijo no tener acceso a Internet en la computadora en su hogar. A diferencia de muchas otras ciudades latinoamericanas, los cybercafés son bastante escasas. La mayoría están ubicados en el centro de la ciudad, cosa sorprendente dado que los barrios aún sin conexión a la red son los que están más lejos del centro. Suelen tener un horario limitado y atienden principalmente a grupos de estudiantes de secundaria.

Los teléfonos inteligentes son mucho más importantes por las maneras en que los residentes de Alto Hospicio usan las redes sociales e Internet en general. Para la mayoría, es el único dispositivo electrónico que tienen. En mi encuesta de usuarios de redes sociales, solo el 14 por ciento de las personas reportaron usar una computadora o tableta propia. Para todos los demás, estos puntos de

³ Para más información ver Apéndice 1: Encuesta Redes Sociales.

Figura 2.1
Un pequeño cibercafé en Alto Hospicio



acceso a Internet se comparten con los padres, hermanos, cónyuges o hijos. Sin embargo, los teléfonos móviles siguen siendo muy personales, con planes de datos mensuales que empiezan en alrededor de \$ 10.000 (\$ 16 US). La mayoría de los hospiceños que tienen un plan pagan alrededor de \$ 25.000 (\$ 40 US), lo que les permite suficientes minutos de teléfono y mensajes de texto para un uso promedio. Sin embargo, algunas personas como Diego se quejan de que la asignación de internet de 1 GB no es suficiente por ese precio. Me dijo:

—Las empresas abusan del costo de los paquetes porque cobran por tantos minutos de llamadas que nadie usa, o mensajes de texto, pero no le dan suficiente internet. Casi nadie usa más minutos, pero te cobran, te cobran, te cobran.

Sin embargo, otros consideran afortunados aquellos que tienen un plan. Para firmar un contrato, un cliente debe tener una tarjeta de crédito nacional, restringido a aquellos que pueden demostrar un empleo estable en un negocio registrado y un nivel particular de ingresos. Debido a estas restricciones, un número limitado de hospiceños califica para un plan mensual. Otros optan por minutos prepagos, que se pueden comprar en una cantidad de pequeñas tiendas

en Alto Hospicio. Por \$ 10.000, los clientes reciben aproximadamente 1 GB de datos y un número limitado de mensajes de texto y tiempo de llamada. Por lo general, la mayoría de los minutos y los mensajes no se utilizan, y el propietario del teléfono compra una nueva asignación cuando se agota su cuota de Internet.

Como revela la denuncia de Diego, los costos de acceso a internet no son poca cosa para los residentes de Alto Hospicio. Si bien muchas familias pueden tener planes y usar teléfonos inteligentes, a veces el presupuesto mensual no alcanza. Para otras familias, la conexión telefónica a internet está fuera de cuestión. En Alto Hospicio, los inmigrantes bolivianos recientes renuncian completamente a las redes sociales a cambio de comprar crédito telefónico internacional para sus sencillos teléfonos móviles y llamar a teléfonos fijos de familiares y amigos al otro lado de la frontera. No solo pagar por el servicio de Internet (ya sea de banda ancha o de telefonía móvil) es una preocupación para muchas personas: sus puntos de acceso (las pantallas en las que se conectan) a veces también crean tensión.

Ese acceso desigual a las aplicaciones en Internet, junto a la naturaleza compartida de muchas pantallas, normaliza aún más lo que aparece en las redes sociales públicas. Ocultar los sectores más marginados de la sociedad, incluidos los inmigrantes y los severamente empobrecidos, tiene el efecto de afianzar aún más la sensación de marginalidad homogénea en lugar de apoyar la política de identidad en línea. Sin embargo, la gran cantidad de personas que acceden a las redes sociales, ya sea compartiendo una computadora con la familia, ahorrando para comprar un teléfono inteligente o buscando una tienda de Internet para conectarse, subraya tanto la importancia de las mismas como cuan normativas han devenido. Su importancia va más allá de mantenerse simplemente en contacto. Las redes sociales ofrecen un espacio para expresar algo más profundo sobre uno mismo, sobre las relaciones personales y sobre cómo uno ve su ubicación en el mundo.

Definiendo las redes sociales

Las descripciones de Andrés, Francisca y Franklin dejan en claro que los hospiceños usan de diversas maneras una variedad de redes sociales. Las plataformas de redes sociales se usan para escribir anuncios públicos, enviar mensajes personales, compartir fotografías, alertar a amigos sobre noticias, transmitir el estado de ánimo a través de la música, llamar la atención sobre videos de interés o expresar un sentimiento común con un meme. Las plataformas también son importantes

para comunicar acuerdos o desacuerdos, o para desarrollar relaciones a través de la comunicación fática⁴ como “me gusta”, “favorecer”, compartir, comentar o incluso etiquetar y mencionar personas en respuesta a las publicaciones originales de otros⁵.

Muchas plataformas permiten varias de estas diferentes acciones y la mayoría de ellas se pueden realizar usando distintas plataformas. Una plataforma puede tener múltiples formas de interactuar con amigos: compartir publicaciones, “me gusta” el estado de un amigo, chatear y etiquetar fotografías. Al mismo tiempo, se puede lograr una forma única de comunicación, como escribir mensajes en varios sitios y plataformas diferentes. Incluso más allá de los medios en línea, la comunicación ocurre a través de una mezcla de hablar en persona, utilizando tecnología “tradicional”, como el teléfono o los mensajes de texto, y a través de las redes sociales basadas en Internet. En Alto Hospicio, como en todo el mundo, las redes sociales no se oponen sino que se integran a las comunicaciones de cada día.

Los primeros estudios de Internet a menudo conceptualizaban un “mundo virtual” separado de “la vida real”. Sin embargo, los hospiceños entienden que sus interacciones en línea son tan reales e importantes como sus propias vidas. Tal como una conversación telefónica o un correo electrónico no constituyen un ámbito separado, las redes sociales son simplemente parte de un paisaje de comunicación más amplio. Debido a que estas categorías se combinan entre sí y con la vida cotidiana, es útil definir exactamente lo que queremos decir con redes sociales.

Tal como se utiliza en este libro, las redes sociales se refieren a plataformas como Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram y blogs interactivos. Sin embargo, la definición de las redes sociales basadas solo en plataformas que existen actualmente es limitante. Como sugieren Miller y compañía, las redes sociales son aquellas formas de comunicación que proporcionan un término medio entre

⁴ La comunicación fática se refiere a la “charla pequeña” o “preparación” que existe con el propósito de mantener las relaciones sociales sin que el tema o la información precisa intercambiada sean de particular importancia. Ver Malinowski, B. 1923 “The Problem of Meaning in Primitive Languages”. Ogden, C. K and Richards, I. A., eds. *The Meaning of Meaning*. London: Routledge. 146–52; Miller, V. 2008. “New Media, Networking and Phatic Culture”. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 14(4): 387-400.

⁵ Ver Velghe, F. 2015. “Hallo hoe gaan dit, wat maak jy?: Phatic communication, the Mobile Phone and Coping Strategies in a South African Context”. *Multilingual Margins* 2(1): 10-30.

la radiodifusión pública y la comunicación privada. Antes de esta tecnología, cada medio de comunicación era unidireccional y estaba dirigido a una gran audiencia, como la televisión, la radio y los periódicos, o era interactivo pero de naturaleza privada, como conversaciones telefónicas o cartas. Con el desarrollo de las redes sociales, las personas pueden elegir el tamaño de su audiencia (desde uno hasta miles de millones) y el nivel de interacción que desean. Esta “sociabilidad escalable”⁶ otorga a los individuos un mayor control sobre sus auto representaciones ante diferentes públicos.

Por ejemplo, en Facebook una persona puede elegir hacer que una fotografía sea visible solo para sus “amigos cercanos”, pero compartir un meme con un público ilimitado. Lisette, por ejemplo, de veintidós años, mantiene su nueva relación romántica con Isadora con discreción. Cuando Lisette publica imágenes de las dos haciendo caras divertidas o compartiendo una comida, permite que sean públicas. Sin embargo, cuando publica fotos de las dos besándose o tomadas de la mano, restringe su visibilidad solo a sus amigos más cercanos. Es bastante abierta acerca de su sexualidad con su familia y amigos cercanos, pero no siempre confía en una audiencia más amplia de redes sociales respeto a lo que considera un tema delicado.

Facebook, llamado a veces simplemente Face, es la plataforma de redes sociales más popular⁷. Ello se debe a que, como explican muchos hospiceños, combina la capacidad de publicar materiales visuales con actualizaciones de texto y características interactivas como “me gusta”, comentarios y mensajes privados. Para muchas personas en el norte de Chile, es fundamental para sus comunicaciones diarias. Debido a su uso generalizado, Facebook es la esfera en la que las personas mantienen relaciones así como expresan también sus personalidades individuales y participan como ciudadanos de la comunidad⁸.

⁶ Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., Spyer, J., Venkatraman, S. and Wang, X. 2016. *How the World Changed Social Media*. London: University College London Press.

⁷ En mi encuesta de 100 personas entre las edades de 16 y 55 años, solo cinco nunca tuvieron una cuenta de Facebook, y las otras 95 personas continúan usándolo regularmente. Ochenta y dos de las 100 personas visitan Facebook al menos una vez al día y 45 dicen que están “siempre conectadas”.

⁸ Mientras que en algunos lugares del mundo, Facebook está perdiendo fuerza con los adolescentes, ya que migran a plataformas como Whatsapp, Twitter o Snapchat, no existe tal movimiento discernible en Alto Hospicio. Entre los adolescentes hospiceños, más del 70 por ciento dicen que están “siempre conectados” en Facebook. De hecho

Álvaro, quien en 2005 se mudó con su hermano y madre a Alto Hospicio desde Santiago, usa Facebook para mantenerse en contacto con la familia y particularmente con su hijo de diez años, Daniel, quien permanece en Santiago con la ex novia de Álvaro. Cuando Daniel cumplió ocho años, Álvaro lo ayudó a instalar su propia cuenta de Facebook para que pudieran compartir fotos y chatear casi a diario. Esta comunicación privada es importante, pero Álvaro también usa Facebook para expresar sus intereses, publicando breves reseñas de las últimas películas así como memes que destacan lo que él considera políticas injustas que ofrecen los servicios sociales a los nuevos inmigrantes. También aprovecha su posición como gerente de una pequeña tienda de electrónica en el centro comercial Zofri para compartir públicamente imágenes de precios de venta de computadoras, parlantes, televisores, sistemas de videojuegos e incluso alcohol que ve en el centro comercial. Sus amigos le agradecen en los comentarios, por su “servicio público” al publicitar ofertas especiales para un público más amplio. Facebook le permite a Álvaro diferentes niveles de transmisión, desde la conversación privada con Daniel hasta compartir fotos públicamente. Sin embargo, estos niveles solo existen porque Facebook ofrece la posibilidad de un público aparentemente ilimitado.

La naturaleza pública de Facebook proporciona una “esfera pública”⁹ no solo a las personas, sino también a las empresas, los políticos y los grupos comunitarios. Los grupos sociales y las empresas locales aprovechan Facebook para diversas formas de publicidad o para mantenerse conectados con la comunidad. Los líderes voluntarios de “La Escuelita” —un programa extracurricular que opera en uno de los barrios más pobres de Alto Hospicio— comenzaron una página de Facebook que incluye anuncios y fotos de eventos especiales que organizan para los niños, incluyendo clases de *break dance*, días especiales de manualidades y viajes a la playa. También usan Facebook para promocionar sus esfuerzos de recaudación de fondos, como vender hamburguesas vegetARIANAS caseras. El programa está dirigido por varios estudiantes de servicio social de una universidad en Iquique, muchos de los cuales crecieron o viven actualmente en Alto Hospicio. Consideran que Facebook es parte integral de los objetivos de La Escuelita y hacen que todas las publicaciones de la página sean lo más

de los ocho países estudiados en el Estudio de Impacto de las Redes Sociales Globales, solo el sitio de campo en Inglaterra informó una tendencia de menor uso de Facebook. Ver Miller, D. 2016. *Social Media in an English Village*. London: UCL Press.

⁹ Habermas, 1962. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. 105.

públicas posible. Esto se debe en parte a que su misión consiste en brindar a los niños del vecindario la oportunidad de tener un futuro mejor, pero también sirve para promover un sentido de comunidad basado en el aprovechamiento colectivo de sus condiciones de marginación.

Raquel, una trabajadora social local y activista de la comunidad de casi treinta años, postuló para un puesto en el Consejo Regional durante el ciclo electoral de 2013. Además de los carteles que ella y sus amigas colgaron en Alto Hospicio e Iquique, Raquel abrió una cuenta separada de Facebook donde mostró su lema y su logotipo, explicó su plataforma que consistía principalmente en mejorar los servicios comunitarios y se relacionó a través de noticias, artículos relacionados con su campaña y las elecciones en general. Incluso después de perder las elecciones, Raquel mantiene abierta esta cuenta para compartir noticias públicas relacionadas con temas políticos y conserva su cuenta personal de Facebook llena de fotos con familiares y amigos. Mantener las dos cuentas separadas le permite separar su vida personal de su vida política y profesional, y proveer mensajes a dos audiencias diferentes.

Facebook también es importante para los negocios ubicados en Alto Hospicio. Gonz, quien comenzó un negocio de entrega de *sushi*¹⁰ con su hermano Víctor, explicó que Facebook les permite publicar menús, publicitar en otras páginas e incluso tomar pedidos. Comenzaron el negocio después de un gran terremoto, cuando la carretera a Iquique era intransitable, “brindando una oportunidad” para que los hospiceños recibieran *sushi* cuando se cortaba el acceso a los restaurantes en Iquique. Gonz trabaja todo el día preparando *sushi* en casa. Luego, a partir de las 7 de la tarde los dos hermanos están listos para recibir órdenes en sus teléfonos móviles y *laptops*. Cuando alguien envía un mensaje de Facebook o WhatsApp con un pedido, los hermanos colocan rollos de *sushi* en cajas de

¹⁰ Aunque en muchos lugares el sushi está asociado con la buena mesa y la cocina internacional, el plato se ha convertido en algo básico en Chile en la última década; es bastante asequible y tiene muchos servicios de entrega que ofrecen 40 piezas por \$ 10,000CLP (\$ 16). La comida peruana-japonesa (llamada Nikkei) tiene una larga historia, dada la gran cantidad de inmigrantes japoneses en el Perú que datan de fines del siglo XIX. Cuando los inmigrantes peruanos llegaron a Chile trajeron consigo el amor por el sushi; esto posteriormente se hizo popular entre casi todos los chilenos, abarcando diferencias de clase, a principios de la década del 2.000. Por supuesto, debe notarse que el “sushi” chileno difiere significativamente del auténtico sushi japonés, y generalmente incluye salmón, camarones o pollo cocido combinado con arroz, queso crema, aguacate y a menudo cubierto de migas de pan panko y frito. Por lo general, se sirve con salsa de soja y salsa endulzada “teriyaki”.

plástico y los envían con el hijo de Gonz para que los entregue. Facebook ha demostrado ser especialmente útil para hacer promociones publicitarias o incluso para ofrecer ofertas especiales a clientes habituales.

—¡Sólo se complica cuando mis amigos escriben durante el turno y no sé si quieren pedir o simplemente quieren saludar! —me dijo Gonz.

Ahora dice que lamenta combinar sus páginas personales y de trabajo, pero ciertamente no ha afectado negativamente al negocio. En el transcurso de mis 15 meses de trabajo en el lugar, los dos hermanos comenzaron en la cocina de Gonz, luego se mudaron a la cocina mucho más grande de sus padres. Después de reclutar a varios miembros de la familia para ayudar, aun seguían abrumados con las órdenes y tuvieron que contratar a dos personas adicionales, transformando el negocio en una organización de ocho personas que continúa creciendo.

Para individuos, políticos, empresas y grupos comunitarios, Facebook es una forma de expresar ciudadanía: manifestando públicamente su lealtad a ciertos asuntos políticos locales y ayudando a la comunidad, incluso si solo los alerta sobre ofertas especiales en Zofri. Facebook, entonces, es un espacio público clave en el cual los hospiceños representan un estilo normativo de ciudadanía marginada.

Las personas también usan WhatsApp para analizar los diferentes grados y niveles de intimidad de su público objetivo. WhatsApp se usa de forma similar a los mensajes de texto “tradicionales”, pero tiene beneficios adicionales de enviar fotografías, video y mensajes de voz, administrar grupos y usar emoticones, así como datos móviles en lugar de un paquete de mensajes. Cuando comencé a trabajar en el lugar en 2013, WhatsApp se estaba afianzando; para cuando terminé en 2015, los hospiceños lo consideraban casi tan importante como Facebook¹¹. Cuando conocía gente nueva, incluyendo carabineros, técnicos de instalación de internet y vecinos, casi siempre me preguntaban si tenía WhatsApp en lugar de querer conectarme por correo electrónico, Facebook o teléfono.

WhatsApp se ha vuelto particularmente importante para las familias en las que al menos un miembro trabaja en la industria minera. Las operaciones mineras están a unos 300 km (cuatro horas en autobús) de Alto Hospicio, por lo que los mineros, mayoritariamente hombres, trabajan una semana en la mina y una semana no. El esposo de Vicky, Jorge, por ejemplo, ha trabajado en una

¹¹ En una encuesta de 100 hospiceños, el 77% de los encuestados utilizó la aplicación (a mediados de 2014). De esos dos tercios que se comunican regularmente en grupos en WhatsApp.

mina de cobre haciendo mantenimiento en maquinaria grande por más de 20 años. Todos los lunes por la noche toma un autobús a la mina. Hasta el domingo siguiente duerme en una habitación compartida con otros tres mineros y come en la cafetería de la empresa. Trabaja de 8 AM a 8 PM todos los días, luego se ducha, cena y generalmente mira videos en su computadora antes de dormir. Su hijo Alex y su yerno José trabajan en la misma mina. Sus horarios coinciden, por lo que Jorge puede pasar algunas tardes bromeando y jugando a las cartas con ellos. Sin embargo, para mantenerse en contacto con su esposa Vicky, su hija Gabriela y su nieto Samuel, WhatsApp es ideal. Jorge tiene una cuenta de Facebook, pero rara vez la usa. En cambio, pasa la noche enviando mensajes por WhatsApp a su familia en Alto Hospicio y recibiendo respuestas de su esposa e hija, a menudo con fotos de Samuel.

El hijo de Jorge, Alex, usa Facebook más que su padre, pero me dijo que WhatsApp es especialmente importante para conversar con su novia Carmela. También usa WhatsApp para mantenerse en contacto con amigos en Alto Hospicio, creando grupos para seguir siendo parte de sus conversaciones diarias, generalmente bromas. Alex lo aprecia en días realmente aburridos en el trabajo, porque sus amigos le envían videos divertidos o memes a través para entretenerlo. También usa WhatsApp para planear actividades con Carmela, sus amigos y su familia durante sus semanas libres.

Efectivamente, WhatsApp, también es útil para trabajar. Alex, que trabaja en mantenimiento de motores como su padre, me explicó que las viviendas y las oficinas de la mina están ubicadas lejos de los sitios de trabajo; a veces los trabajadores tienen que viajar largas distancias entre ellos para proyectos específicos. Cuando a fines de la década de 1990 comenzó a trabajar en la mina, las cosas eran muy ineficientes debido a las distancias que los trabajadores necesitaban para viajar. Explicó:

—WhatsApp es perfecto, porque los supervisores pueden enviarte un mensaje. Antes llegabas a la oficina y te decían que fueras por un motor que está a 10 ó 20 minutos. Entonces, descubrirías que te faltaba una parte, o que el motor era diferente de lo que pensabas, así que necesitabas otras herramientas. Bueno, no había forma de llamar, por lo que tenías que manejar todo el camino de vuelta para tener lo que necesitabas. Y a veces tenías que hacer eso dos o tres veces al día. Ahora solo le envías un WhatsApp a tu amigo y él te lo trae.

Como se señaló anteriormente, empresas como la de entrega de *sushi* de Gonz y Víctor también usan WhatsApp para tomar pedidos. Otros propietarios de negocios ven un activo invaluable en el potencial de privacidad que ofrece

WhatsApp. Cuando llegué a Alto Hospicio en 2013, solo había un bar en la ciudad abierto solo los jueves, viernes y sábados por la noche. Cuando terminé el trabajo de campo en 2015, Carlos había abierto dos bares cerca del centro de la ciudad, ambos atendiendo a clientes seis noches a la semana. A menudo regala cosas en los bares, tentando a los clientes a que lleven anuncios al bar y los publiquen en la página de Facebook de la empresa.

—Pero las cosas más interesantes suceden en WhatsApp —me dijo misteriosamente.

Además de los dos bares, Carlos tiene también un club de striptease, al cual las mujeres tienen prohibido ingresar. El club tiene una página de Facebook, pero muchos clientes pensaban que era demasiado público, por lo cual ahora usa además WhatsApp, creando un grupo privado donde publicita eventos especiales como bailarinas de Arica o Antofagasta. El grupo tiene más de 200 miembros que también usan WhatsApp para publicar memes divertidos y sexualmente explícitos y conversaciones burlonas anónimas, convirtiendo la aplicación en un club virtual para muchachos.

—Es bueno tener algo de privacidad, y aunque Facebook es bueno para la mayoría de las cosas, WhatsApp permite que los hombres sean hombres sin preocuparse —observó.

Aunque menos público que Facebook, WhatsApp también proporciona un medio a través del cual los individuos expresan ciertas formas de identificación, ya sea como parte de una familia o relacionada con el trabajo. Por supuesto que también proporciona una forma más encubierta de relacionarse con otros, para asuntos que pueden considerarse contrarios a la “buena” ciudadanía hetero normativa¹². Así, las formas en que Carlos usa las redes sociales para sus negocios demuestran cómo una combinación de diferentes opciones de medios permite mantener una imagen de buena ciudadanía ante la mirada pública.

Como revela la historia de Carlos, las funciones grupales de WhatsApp son particularmente útiles para limitar el alcance de ciertos tipos de comunicación. Sin embargo, otras plataformas son adecuadas para hacer las transmisiones lo más públicas posible. Aunque Instagram y Twitter son menos populares en

¹² Ver Rubin, G. 1984. “Pensamiento sexual: notas para una teoría radical de la política de la sexualidad”. En Vance, C., ed. *Placer y peligro: explorar la sexualidad femenina*. Boston: Routledge. 267-391. Rubin explica cómo la actividad sexual remunerada o pornográfica cae dentro de la misma clasificación “mala, anormal, antinatural” que otras formas de sexualidad no heteronormativa, como la homosexualidad o el sexo grupal.

Alto Hospicio, las personas las aprovechan cuando esperan obtener una amplia audiencia para sus mensajes.

Twitter, la tercera plataforma más popular en Alto Hospicio¹³, se usa para compartir enlaces, fotografías, texto limitado a 140 caracteres o simplemente para “volver a tuitear” la publicación original de otro usuario. Twitter también permite a los usuarios agregar *hashtags* para relevar temas importantes de su publicación y permitir que se pueda buscar, pero los hospiceños rara vez usan esta modalidad. Generalmente, usan Twitter como otra forma de enviar mensajes, o de vincular fotografías, de forma muy similar a como usan Facebook. Aunque el periódico Iquique (Alto Hospicio no tiene periódico propio), estaciones de radio locales, miembros del gobierno local y algunos individuos publican regularmente noticias relevantes para la región, pocos hospiceños siguen estas cuentas de Twitter, lo que demuestra que las noticias no tienen un uso importante en las redes sociales en general. Más bien, la gente suele recibir noticias por la televisión y las radios que parecen funcionar constantemente en casi todas las casas, restaurantes, autobuses públicos, taxis colectivos y privados de la ciudad.

El uso de Twitter parece depender también del hecho que los hospiceños dicen que la imagen misma de la página es aburrida. En Facebook y otras plataformas visualmente centradas, las imágenes como las fotografías personales y los memes, son fundamentales para la apariencia de la aplicación. En Twitter, la página está dominada por el texto sobre un fondo blanco; muchos usuarios dicen que sus ojos se fatigan rápidamente solo mirando la página. Twitter no ofrece entretenimiento ni distracción igual a las plataformas con más diseños centrados en la imagen, lo que le da el título de la opción más aburrida de las redes sociales. Por lo tanto, incluso los hospiceños que usan Twitter lo ven como secundario respecto de otros sitios de redes sociales donde concentran más energía.

Yesenia, una madre de tres hijos que trabaja para el gobierno municipal de Alto Hospicio, usa a menudo Twitter como parte de su trabajo. Aunque tuitea ocasionalmente, guarda la aplicación en su teléfono y sigue todos los medios de

¹³ El porcentaje de usuarios de Twitter representa una gran disminución de Facebook y WhatsApp, y el servicio es utilizado principalmente por adolescentes y adultos de alrededor de 20 años. Solo el 30 por ciento de los encuestados dijeron que usaban el medio, incluido el 33 por ciento de los adolescentes, el 23 por ciento de los de 20 y el 21 por ciento de los de 30 y tantos. De esos 40 y más, solo el 8% de los encuestados tiene una cuenta. Incluso entre aquellos que sí tienen cuentas, solo la mitad reportan tuitear al menos una vez al mes.

comunicación locales, el gobierno regional y nacional y varias empresas de Alto Hospicio. Está muy involucrada con las personas de la tercera edad y siempre tuitea anuncios sobre actividades que organiza para los miembros mayores de la comunidad. Sin embargo, las imágenes del “Desfile de belleza para adultos mayores”, así como las celebraciones de varios eventos están siempre reservadas para Facebook. Para Yesenia, Twitter es una herramienta para organizar, mientras que Facebook es el espacio en el que se refiere a las actividades como parte del disfrute de la vida.

El hijo de Yesenia, Cristian, también usa Twitter regularmente, pero de una manera muy diferente. Él se ubica entre los adolescentes que frecuentemente replican sus actualizaciones de estado de Facebook en Twitter. En Twitter expresa sentimientos como la felicidad, la emoción, la decepción o la frustración respecto de los eventos normales de la vida; anima a su equipo de fútbol favorito, Colo Colo, o simplemente pasa el tiempo para evitar el aburrimiento, como muchos jóvenes lo hacen en las redes sociales. Cristian se conecta con amigos siguiéndolos en Twitter y ocasionalmente los menciona en sus tuits, pero rara vez usa *hashtags*. En lugar de usar Twitter para acceder a redes más amplias, simplemente es un espacio más, como Facebook donde puede interactuar en línea con sus amigos de la escuela. Tanto para Yesenia como para Cristian, Twitter es una forma de ubicarse dentro de la comunidad; sin embargo, también se dan cuenta de que Twitter no es un espacio público importante en la que esa comunidad esté presente.

Por lo tanto, dan un énfasis mínimo a la aplicación, dejando tiempo y energía para aquellos que son más importantes para el desempeño de la ciudadanía en Alto Hospicio.

Instagram es utilizado principalmente por personas más jóvenes¹⁴ y está enfocado exclusivamente en la imagen. Los usuarios pueden publicar fotografías que se modifican recortando y cambiando la iluminación y los tonos de color. Sin embargo, a diferencia de Twitter, los hospiceños usan *hashtags* (#) extensamente en Instagram, a menudo dando la ubicación como #InstaHospicio o #InstaChile, además de otras descripciones fotográficas como #playa, #trabajo, #colegio o #familia. Un uso popular de Instagram son las fotografías familiares

¹⁴ En general, solo el 22 por ciento de los encuestados dijeron que usan la aplicación. Más del 35 por ciento de los adolescentes, el 26 por ciento de los 20 y el 21 por ciento de los 30 y tantos usaron Instagram; nadie mayor de 40 informó tener una cuenta.

y las imágenes específicas de los niños. Tamara, originaria del sur de Chile, es particularmente aficionada a publicar fotos con su hija Ángela, de cuatro años, y ocasionalmente con su esposo Luis. También publica fotos de la playa principal de Iquique cuando tiene la oportunidad de ir, pero generalmente las imágenes muestran su vida diaria: compras de comestibles, su trabajo de venta de ropa en el gran mercado agrícola de Alto Hospicio o relajándose en casa viendo la televisión.

Otros usuarios de Instagram enfocan sus publicaciones en temas particulares. Cuando Jhony, un miembro de Zorros Rojos Motor Club, compró un teléfono con gran pantalla de Samsung, lo llevó a un asado con sus compañeros del club de motor. En medio de las cervezas Escudo y el humo de la parrilla, todos le dieron sugerencias a Jhony para descargar aplicaciones. Después de crear un grupo de WhatsApp para organizar eventos con el club, Miguel sugirió que instalara Instagram.

—¿Para qué sirve Instagram? —preguntó Jhony.

Miguel explicó:

—Cargan fotografías y todo el mundo dice: ¡Me gusta!. Es bueno para la autoestima.

Paul, otro miembro del grupo, agregó:

—Usted toma fotos de tipos feos como nosotros y salimos a la luz viéndonos bien. Funciona como magia.

Jhony descargó Instagram y tomó algunas fotos en el asado. Más tarde, sin embargo, comenzó a publicar exclusivamente fotos de su motocicleta y su camión. En tanto Facebook sigue siendo su principal forma de comunicación en las redes sociales, donde publica memes graciosos, fotografías de fiestas y comentarios en publicaciones de amigos, Instagram está reservado para mostrar sus vehículos.

Para los hospiceños, Instagram tiene menos que ver con la comunicación interpersonal y más con la expresión y la representación. Se convierte en un lugar para expresar la estética normativa, los estilos de vida y los pasatiempos, reflejando de muchas maneras la normatividad de Alto Hospicio, sin iniciar conversaciones sobre ella.

Debido a que las funciones de diferentes tipos de redes sociales se superponen, y muchas de las plataformas ofrecen más de una función, es difícil concebir una plataforma en forma aislada. Más bien, cada una se entiende como una parte de la “colación” que describió Andrés. Su descripción reconoce que con una variedad de tecnologías de comunicación a disposición, cada medio se define y utiliza en relación con otros medios disponibles, una característica definida con el término

“polymedia”¹⁵. La mayoría de las personas usa una combinación de varias para lograr diversos objetivos de comunicación. Algunos mensajes están dirigidos a una gran audiencia local (como mensajes públicos en Facebook) y otros a usuarios anónimos, posiblemente internacionales (como fotos de Instagram y mensajes de Twitter), mientras que otros están destinados a un público muy específico, pequeño y conocido (mensajes de Facebook solo visibles para ciertos amigos, o mensajes de WhatsApp para personas o grupos pequeños). Es la capacidad de combinar estos diferentes tamaños de audiencia, junto con diferentes géneros, como fotografías, videos, memes compartidos, texto original y texto compartido y copiado, que otorgan a las redes sociales sus cualidades flexibles¹⁶.

Alejandra es líder de un grupo folklórico que realiza un baile llamado Caporales. La danza en sí tiene sus orígenes en Bolivia, e incluso hay una organización oficial que coordina específicamente disfraces y movimientos de baile en la capital boliviana de La Paz. Los sitios de redes sociales se vuelven indispensables para Alejandra y su grupo: para comunicarse con la organización central en Facebook,

¹⁵ Esta noción de redes sociales se alinea con el concepto de Madianou y Miller de “polymedia”. Ver Madianou, M. y Miller, D. 2012. “Polymedia: hacia una nueva teoría de los medios digitales en la comunicación interpersonal”. *Revista Internacional de Estudios Culturales* 16 (2): 169-8.

¹⁶ Además de estos seis sitios de redes sociales muy usados, varias otras plataformas tienen un pequeño grupo de seguidores en Alto Hospicio. Algunas personas usan Viber y Line de forma muy similar a WhatsApp, enviando imágenes, videos y mensajes a otros usuarios, pero con el beneficio adicional de una función de llamada que utiliza datos en lugar de minutos telefónicos, al igual que Skype (aunque desde esta vez, WhatsApp ha introducido una característica similar). Skype en sí mismo resuena entre los hospiceños y la mayoría lo han usado, pero lo hacen muy raramente - quizás porque, como comentó Alvaro, “la llamada simplemente se cae”. Algunos hospiceños utilizaron aplicaciones de citas como Grindr y Scruff, que se centran en hombres homosexuales, y Tinder, cuyo objetivo principal es la relación heterosexual, pero permiten que cualquier usuario limite sus coincidencias con hombres o mujeres. Sin embargo, por razones que analizo en el capítulo 4, Facebook sigue siendo una plataforma mucho más importante (si bien encubierta) para posibles citas. Aunque YouTube es la plataforma más utilizada para la actividad de las redes sociales relacionadas con la música, un hospiceño mencionó el uso de Soundcloud, una aplicación que permite a los usuarios grabar, cargar y compartir “sonidos”, por lo general, una forma de música. Un encuestado también mencionó Pinterest, una plataforma para buscar y “recopilar” imágenes en “tablones de anuncios” para ver más tarde. Esta mujer de poco más de cincuenta años creó un tablero de clavos con ideas de artesanía casera que le gustaría probar, incluidos patrones de ganchillo, cojines cosidos a mano e ideas para el arte mural. Sin embargo, Pinterest está orientado hacia aspiraciones estéticas del tipo que generalmente entran en conflicto con los modos de normatividad que prevalecen en Alto Hospicio. Por lo tanto, no es sorprendente que su uso sea bastante limitado.

pedir disfraces y planificar viajes para actuar a través de WhatsApp y publicar su grupo posteando fotografías en Instagram. YouTube también es importante para grupos fuera de La Paz para aprender los pasos de baile oficial que cambian poco a poco, año tras año. Alejandra explicó que la organización central hace un video del grupo en La Paz enseñando el paso, y luego lo sube como un video privado a YouTube. Comparten el enlace a través de publicaciones en su página de Facebook, solo visibles para grupos vinculados en otras ciudades, de modo que cuando esos grupos viajan a otros lugares de baile vinculado con la organización central conocerá los mismos pasos y podrán bailar juntos.

Las redes sociales también son importantes para otros toques más personales. Una mañana, mientras se preparaban para una actuación, todas las mujeres del grupo se reunieron en la casa de Cecilia para peinarse, maquillarse y ponerse disfraces. Cecilia conectó su computadora portátil a la televisión, frente a la gran mesa en la sala principal de su casa, para mostrar a las 12 mujeres un estilo de aplicación de sombras que había encontrado en Facebook y que había sido republicado desde un blog de maquillaje. Al mismo tiempo, Alejandra llamó a su madre para hacerle una pregunta acerca de cómo hacerse el peinado de dos largas trenzas, tradicional de la bailarina. Usando el altavoz, todas las mujeres escucharon la voz confusa de su madre responder:

—No lo recuerdo, ¡solo busca trenzas en YouTube!

El grupo de baile de Caporales es solo un ejemplo de las formas en que las personas combinan diferentes formas de redes sociales. Este ejemplo también ilustra las formas en que el contenido de otras fuentes en línea, como los blogs y YouTube, se vuelve a inscribir en otras plataformas de redes sociales.

YouTube, a diferencia de muchos sitios de redes sociales, no requiere que los individuos se registren para ver videos en él. Aquellos que se registran pueden publicar videos o comentar sobre los publicados por otros, pero la mayoría de los hospiceños solo observan videos ampliamente compartidos, generalmente episodios de series web instructivas y divertidas, y videos musicales¹⁷. Sin embargo, vuelven a publicar estos videos en redes sociales como Facebook, dando a YouTube un aspecto “social”, aunque no dentro del sitio web mismo. La frecuencia

¹⁷ Mientras que el 66 por ciento de todos los encuestados dicen que miran al menos un video de YouTube al mes, con un promedio de alrededor de 60 videos por mes, solo el 17 por ciento de los encuestados tenían una cuenta de YouTube. Solo el 11 por ciento de los encuestados dejó un comentario en YouTube el mes pasado (el promedio es de uno por semana) y el 12 por ciento dijo que publicó un video en YouTube el mes pasado.

con la que vuelven a publicar contenidos basados en YouTube es la clave para la comprensión del panorama de la multimedia en Alto Hospicio.

Nicole fue una de los pocos usuarios de YouTube que conocí en Alto Hospicio y que publica videos regularmente. Por lo general, son videos que graba en su cámara GoPro de viajes de fin de semana con su familia o con su novio Martín. Los videos se editan generalmente con una banda sonora añadida y, a veces, se intercalan con tarjetas de subtítulos. En el video de un viaje que hizo con sus amigos para celebrar el Carnaval en un pequeño pueblo en el interior de Chile, comienza anunciando a la cámara:

—“¡Estamos empezando nuestra aventura!”.

Haciendo una mezcla de una canción pop, los minutos de video se asemejan a una secuencia de una película de carretera. Las montañas del desierto cruzan mientras la cámara enfoca la ventana del copiloto del coche de Nicole. Las imágenes de los pasajeros que salen para estirarse muestran más del paisaje. El festival se ve de manera similar en video, destacando especialmente a la multitud arrojándose polvos de colores, confeti y agua, una práctica común en las celebraciones de Carnaval en los Andes. El video finaliza cuando la canción termina y la multitud continúa bailando. Este video se encuentra en su página de YouTube junto con videos que hizo durante su curso universitario sobre educación infantil y otros viajes que registró con su cámara GoPro. Lo más importante, sin embargo, lo publicó en Facebook para compartirlo con quienes habían ido al viaje y con sus otros amigos.

Los músicos hospiceños también usan YouTube para difundir sus últimas canciones en diferentes medios sociales. Un grupo local de *reggae*, encabezado por un matrimonio que usa como nombres artísticos Sista Ebony y Klandestino, ocuparon mucho tiempo y energía componiendo y trabajando con un amigo para hacer un video de su última canción. “Miseria en la periferia” describe la vida en Alto Hospicio, utilizando la idea de la periferia como una herramienta para la movilización política. Sista Ebony y Klandestino celebraron la composición de la canción haciendo un asado donde mostraron el video por primera vez. Al día siguiente, lo compartieron con todos sus amigos en Facebook. Como explicó Klandestino, el grupo no tiene las conexiones para reproducir sus videos en televisión o sus canciones en programas de radio nacionales. Sin embargo, al usar las redes sociales han podido encontrar nuevos seguidores y difundir su mensaje de justicia social.

Tanto Nicole como los músicos de *reggae* usan YouTube más como un depósito que como un sitio de redes sociales. Los videos que publican son muy

personales, e incluso cuando otros publican videos de instrucción, comedias o música popular en sus páginas de Facebook, estos se vuelven parte de sus propios repertorios. De manera similar, varios sitios blogs públicos de Tumblr adoptan la misma función, utilizada principalmente por los hospiceños más jóvenes para complementar su presencia en las redes sociales¹⁸. Tumblr permite a los usuarios escribir textos originales, pero los hospiceños lo usan con más frecuencia para seleccionar colecciones de fotografías, *gifs* (formatos de intercambio gráfico o archivos de imágenes animadas), videos, enlaces y audio. Aunque Tumblr ofrece la opción de “hacer una pregunta al *blogger*”, parece que este mecanismo es poco utilizado por los hospiceños porque, a diferencia de un mensaje de Facebook, los mensajes de Tumblr no tienen el potencial de convertirse en un chat. Muchos usuarios eligen eliminar esta opción de su página para que las interacciones se limiten a “me gusta” y a volver a bloguear.

Los hospiceños rehacen creativamente las funciones de Tumblr para transformar los sitios en depósitos colaborativos que adquieren un aspecto interactivo. Esto sucede especialmente con las cuentas de Tumblr dedicadas al humor. Miguel y Jhony, ambos en la treintena y miembros de Zorros Rojos Motor Club, a menudo pasan las tardes en Alto Hospicio sentados en el sofá de Miguel. Se ríen durante horas de imágenes y videos compartidos en uno de esos sitios Jaidefinichon (pronunciación de “High Definition”). Ahí los administradores del sitio publican imágenes, videos y enlaces que podrían describirse como “obscenos”: relacionados con la embriaguez, el sexo, las drogas y el humor corporal. Una mañana, por ejemplo, los cinco mensajes más recientes en Jaidefinichon fueron: un video de un toro embistiendo a una persona, un meme que juega con sílabas similares de “Ébola” y “Bolivia”, el gráfico de una mujer que sacude sus nalgas de una manera increíblemente rápida, el video de un hombre que cae de un patinete y un meme sobre la marihuana usando imágenes fijas de la serie de televisión *Los Simpsons*. Jhony y Miguel comenzaron a seguir a Jaidefinichon alrededor de 2009. Miguel explicó:

—Al principio fue como un virus. Una persona se lo contó a sus amigos, así es como se enteraron todos. Mucha gente envió el enlace en Facebook en 2009 ó 2010. Otros se lo mencionaron a sus amigos personalmente.

Jhony intervino:

¹⁸ En general, solo el seis por ciento de las personas encuestadas usa la plataforma. Sin embargo, casi el 20 por ciento de los adolescentes tienen cuentas y muchos de 20 y tantos dijeron que tenían cuentas anteriormente, pero que las cerraron recientemente.

—Y el comentario es divertido también. Hay memes sobre el presidente, videos de perros que caminan sobre dos piernas e imágenes de hierba. Y hay una conversación diferente en los comentarios sobre cada uno. Pero todo es divertido. Aunque a veces no entiendo. Tal vez estoy demasiado viejo.

Como explicaron Jhony y Miguel, los usuarios pueden enviar fotos, videos u otro tipo de medios a los propietarios del blog. Aquellos que encuentren las publicaciones especialmente divertidas, harán clic en un enlace directo a la imagen o video para compartir en su propio Tumblr o Facebook. Ocasionalmente, dichos memes también se comparten en Instagram o se envían a través de WhatsApp, como observó Jhony.

La gente los vuelve a publicar pues quieren hacer reír a sus amigos. También intentan escribir un título divertido en Facebook para mostrar que no solo comparten cosas graciosas sino que ellos también lo son. Es por eso que los comentarios divertidos son tan importantes. Tienes que mostrar tu propia creatividad.

Miguel también señaló:

—Todos ven lo mismo y todos pueden hablar de ello cuando se reúnen en una fiesta. No se trata solo de verlo, o incluso de escribir comentarios en línea, sino de reírse de ello con sus amigos cuando los vea.

Entonces, como en el caso de Jaidefnichon, Tumblr se convierte en una red social donde las expresiones se comparten, lo que contribuye a un sentido de comunidad y pertenencia. Si bien estas páginas particulares de Tumblr son un tanto vulgares y fomentan formas de ciudadanía basadas en la pertenencia cultural en lugar de la participación de la comunidad, se normalizan a través de su naturaleza compartida. Sin embargo, el verdadero valor de estos sitios de Tumblr para las redes sociales, como los videos de YouTube, es la forma en que el contenido se lleva a otro contexto de redes sociales como Facebook.

Volver a trabajar la autoexpresión en las redes sociales

Los lingüistas usan el término “intertextualidad” para referirse a la forma en que al poner un texto en un nuevo contexto cambia su significado¹⁹. En términos literarios tradicionales, la intertextualidad incluye alusión, cita, traducción,

¹⁹ Ver Kristeva, J. 1980. *Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art*. New York: Columbia University Press; Fairclough, N. 2003. *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. New York: Routledge.

pastiche y parodia, y muchos de estos géneros se vuelven aparentes cuando los usuarios de redes sociales insertan otras formas mediáticas dentro de sus propios muros de Facebook u otros. Al crear una interrelación entre textos, los usuarios de las redes sociales pueden transformar el significado del texto original en una nueva creación con su propio estilo. En el proceso de “intertextualización”²⁰, los usuarios de redes sociales crean textos para su circulación extrayéndolos de sus contextos originales, de modo que el contenido hace referencia a las intenciones del que comparte más que las del creador.

Incluso cuando los usuarios de redes sociales no publican textos o fotografías originales, ver sus publicaciones recicladas como una forma de intextualización revela la creatividad asociada con este tipo de uso de las redes sociales. Al colocar videos, fotos, memes, texto y, a veces, audio en un espacio común, las personas cuidan atentamente los mensajes que aparecen en sus paredes y las de sus amigos en Facebook como si fueran colecciones de museos que representan una forma de autoexpresión.

Mezclar componentes de medios en un bricolaje produce una activa recirculación de materiales que se basan en múltiples modos de comunicación (texto, imagen, audio, video, etc.), con el objetivo de volver a apropiarse de significados²¹. En esencia, los usuarios de redes sociales toman discursos ya en circulación y los hacen parte de sus propias y nuevas formas de discurso. Cuando los fotógrafos de Instagram usan filtros para estilizar una fotografía que luego cargan como una nueva imagen en el perfil de Facebook, usan Instagram como un medio para un fin, más que como una forma de red social en sí mismas. Los usuarios demuestran su creatividad al reunir aspectos de los diversos medios disponibles para hacerlo individual. Cuando ese mismo usuario coloca un clip de YouTube del momento gracioso de un programa de televisión en la pared de un amigo, el significado de la trama original del episodio de televisión se transforma en algo mucho más personal compartido entre dos amigos.

En lugar de ver este tipo de intercambio como derivado o no original, los hospiceños lo entienden como un tipo de trabajo recreativo del contenido en un nuevo estilo de discurso que muestra la creatividad y el humor del individuo

²⁰ Ver Bauman, R. and Briggs, C. L. 1990. “Poetics and Performance as Critical Perspectives on Language and Social Life”. *Annual Review of Anthropology* 19: 59–88.

²¹ Leppänen, S., Kytölä, S., Jousmäki, H., Peuronen, S. and Westinen, E. 2013. “Entextualization and Resemiotization as Resources for (Dis)identification in Social Media”. *Tilburg Papers in Cultural Studies*, 57. Tilburg University.

que comparte el contenido. Como la creatividad mostrada en estas estrategias deja en claro, las redes sociales no son deterministas. El uso de medios existentes para hacer un nuevo juego discursivo permite a los usuarios actualizar los medios que desean usar en las plataformas.

Durante mi trabajo en terreno, Instagram requería que todas las fotografías fueran cuadradas, pero un Insta-fotógrafo podía usar aplicaciones para crear imágenes cuadradas de paisajes o partes de retratos, sin recortar nada. Facebook no tiene ninguna aplicación para agregar fragmentos de sonido en su propia línea de tiempo, pero el publicar el video de YouTube de la canción que una persona está escuchando en ese momento, permite que sus amigos también compartan la experiencia sónica. A diferencia de los medios unidireccionales más antiguos, como la televisión, cine y radio, los hospiceños reelaboran activamente las redes sociales para crear sus propias formas creativas, en lugar de consumirlas pasivamente. Así, a pesar de que YouTube puede parecerse a los medios más antiguos, y de hecho a menudo recurre a la radio, al cine y a la televisión para su contenido, los hospiceños se apropian de formas que simplemente no son posibles con los medios anteriores. La posibilidad de insertar estos clips en otras redes sociales permite a las personas producir un mayor impacto en los medios que previamente, y la capacidad de re mezclar los medios cambia profundamente el contexto en el que el contenido se incorpora. Cuando las fotos de Instagram se comparten a través de Twitter, o los usuarios de Facebook les dicen a sus amigos qué canciones están escuchando al publicar un video de YouTube de la canción, estos individuos expanden activamente las posibilidades de estas plataformas de medios.

“Meme” es ahora una palabra familiar en la mayor parte del mundo. Se refiere a una comunicación que se propaga, a menudo mediante el uso de mímica, de persona a persona en Internet, incluidas imágenes, hipervínculos, videos, imágenes, sitios web o *hashtags*. En Alto Hospicio, la forma más común de meme, y aquella a la que me refiero, era de imágenes visuales superpuestas con texto (para ejemplos, vea el capítulo 3). Sin embargo, estos memes de Internet toman su nombre de un término acuñado por Richard Dawkins en la década de 1970, que se refiere a “una idea, comportamiento o estilo que se propaga de persona a persona dentro de una cultura”; estos son análogos culturales a los genes en el sentido de que se autor replican, mutan y responden a presiones selectivas²². El concepto de meme de Dawkins ha sido criticado, sin embargo, como carente

²² Dawkins, R. 1976. *The Selfish Gene*. Oxford: Oxford University Press.

de espacio para el cambio y la creatividad. En cambio, entender los medios que se comparten como parte de esta intertextualidad, curaduría e incluso como un modo de representación nos permite comprender la creatividad y el cambio como esenciales en esta forma de reproducción.

A partir de una amplia variedad de material disponible, los usuarios de las redes sociales eligen cosas particulares para comunicar algo. Pueden compartir las imágenes más interesantes en Instagram o publicar fotografías de la infancia en Facebook. Pueden escribir relatos de las partes más interesantes de su día o relatar las cosas que más les molestan. Pueden buscar el meme más sincero o los videos más divertidos para publicar en el muro de un amigo. Y aunque las personas no necesariamente están conscientes de estos actos de representación, siempre son actos de elección: los espacios públicos de las redes sociales les permiten a los individuos presentarse como les gustaría que los vieran.

Comprender lo que hace la gente en las redes sociales como representación no significa necesariamente que estos sean actos conscientes, pero son significativos. Y verlos como representación devela el hecho de que están destinados a una audiencia. La naturaleza semipública de las redes sociales crea un espacio en el que la información se expresa con una posibilidad, si no expectativa, de interacción. Por supuesto, el usuario nunca sabrá si alguien lo ha leído. Se puede enviar una fotografía de Instagram, una publicación de blog de Tumblr o un tuit al espacio de internet, y si a nadie le gusta o comenta sobre ella, el creador no sabrá si alguien la vio. Sin embargo, el potencial de interacción hace que las redes sociales sean sociales, porque la persona que publica la fotografía, el texto o el video ha creado y compartido el elemento con la intención de que alguien lo vea y, con un poco de suerte, responda.

Para los hospiceños, un factor que subraya la importancia de la audiencia en las redes sociales es su deseo de retroalimentación. Aunque pocas personas manifiestan explícitamente que la retroalimentación es importante, el hecho que prefieran los medios que involucran una amplia interacción y se concentren en la visibilidad de esas interacciones, deja claro que los hospiceños, aunque sea inconscientemente, se sienten atraídos por las redes sociales de las que son conscientes de la audiencia y (al menos algunas) de sus respuestas. Si bien algunos estudios sugieren que internet es una fuerza que hace más solidarias a las personas²³, esto no es así para la mayoría de los usuarios en Alto Hospicio. Los sitios de redes

²³ Ver Turkle, S. 2010. *Alone Together*. New York: Basic Books.

sociales que eligen y las formas en que deciden usarlos se centran abrumadoramente en la interacción social basada en su comunidad local y que continúa en la vida social cara a cara con amigos, familiares y organizaciones locales. Las plataformas de redes sociales que permiten mayor cantidad de comentarios y conversaciones son exitosas porque son confiables para facilitar una audiencia.

En plataformas como Twitter o Instagram no hay nada que evite que las personas interactúen con otros a través de comentarios y respuestas. Sin embargo, las personas usan Facebook con más frecuencia porque es más probable que obtengan una respuesta en esa plataforma. Esto forma una especie de ciclo de retroalimentación en el que las personas perciben que otros usan más Facebook, así cuando quieren comentarios, usan Facebook para expresar algo, lo que a su vez hace que otros lo hagan también. A medida que este ciclo continúa, la gente sabe que si quiere que sus amigos, familiares, colegas, conocidos e incluso enemigos vean algo, Facebook es el lugar indicado para expresarlo. En esencia, Facebook es la red social más auténtica para las personas que viven en Alto Hospicio.

Puesto que las redes sociales brindan un escenario semipúblico para estas representaciones del yo, también ayudan a establecer y redefinir lo que es normativo y qué se considera un “buen ciudadano”. Las fotografías que publican las personas dan una idea de lo que uno debe aspirar en términos de su propia apariencia y la de su entorno (vea el capítulo 3). Las formas en que los individuos se identifican a sí mismos como parte de las relaciones familiares ayudan a dar forma a lo que las personas entienden como una familia normativa (ver capítulo 4), mientras las maneras en que las personas expresan orgullo de ciertas actividades como parte de lo que significa ser un hombre o una mujer conforman la comprensión y expectativa de género de las personas (véase el capítulo 5)²⁴. Incluso al hablar sobre política local o nacional, los individuos demuestran qué tipo de pertenencia y solidaridad son importantes en la comunidad (ver capítulo 6). Los usuarios no solo dan significado a sus acciones al adherirse a los estándares normativos²⁵; en su desempeño público en las redes sociales, estas mismas acciones ayudan a dar forma a lo que la mayoría de los hospiceños considera normal²⁶.

²⁴ Butler, J. 1999. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge. 33.

²⁵ Wittgenstein, L. 1953. *Philosophical Investigations*, 3rd ed. Anscombe, G. E. M., trans. London: Macmillan.

²⁶ Estos actos de identificación no expresan simplemente algo que ya existe, sino que constituyen las relaciones y categorías tal como se expresan. Debido a que la identificación

Por supuesto, no todos los hospiceños dirían que esperan ajustarse a los estándares normativos de la ciudad, ya sea en línea o en la vida cotidiana. Por el contrario, siguen las normas implícitamente, expresando “conformidad en ausencia de la intención de conformarse”²⁷. Su conocimiento de las normas sociales locales se construye a través de la experiencia en lugar de enseñarse explícitamente. Actúan de acuerdo con los comportamientos normativos, no a través de algún método de cálculo racional sino simplemente porque esos comportamientos parecen naturales. De hecho, para la mayoría de los hospiceños, las expectativas sociales normativas a su alrededor y en las que participan permanecen invisibles²⁸. Las conductas aprendidas, naturalizadas a través de la repetición²⁹ se convierten en esquemas mentales de sentido común³⁰.

Estas reglas no escritas pero bien conocidas para el comportamiento social conforman lo que podrían considerarse guiones sociales³¹ que expresan lo que se

tiene lugar en el contexto de los guiones sociales, la repetición de símbolos reconocidos culturalmente se solidifica con el tiempo para producir una apariencia de naturalidad. Ver Butler, 1999. *Gender Trouble*. 44.

²⁷ Bourdieu, P. 1977. *Outline of a Theory of Practice*. Nice, R., trans. Cambridge: Cambridge University Press. 29.

²⁸ Bourdieu discierne la diferencia entre *saber algo* y *saber cómo*. Por ejemplo, un hospiceño puede no saber explícitamente que no debe usar ropa cara; simplemente saben cómo vestirse de la manera que siempre lo han hecho: en ropa usada del mercadillo. Es posible que no sepan que decirles a sus amigos sobre su ascendencia exclusivamente española y alemana es “incorrecto”; simplemente cultivan un sentido de cultura compartida a través de discursos de homogeneidad racial y mestizaje. Ver Bourdieu, P. 1977. *Outline of a Theory of Practice*.

²⁹ Butler, 1999. *Gender Trouble*.

³⁰ Bourdieu llama a estos esquemas mentales *habitus*. El hábito de alguna manera establece límites a la normatividad, a través de las sensibilidades, las disposiciones y el gusto, que se basan en la encarnación de las estructuras sociales. Ver Bourdieu, P. 2006 “Structures and the Habitus”. Moore, H. L. and Sanders, T., eds. *Anthropology in Theory: Issues in Epistemology*. Malden, MA: Blackwell. 56.

³¹ Turner usa el término “guiones sociales”, que contrasta aquí con la noción de Durkheim de “hechos sociales”. Describe los hechos sociales de manera similar, como los valores, las normas culturales y las estructuras sociales que trascienden al individuo y son capaces de ejercer una restricción social. Sin embargo, generalmente se trata de instituciones como el parentesco y el matrimonio, la moneda, el idioma, la religión y la organización política que los individuos toman en cuenta en sus interacciones cotidianas con los demás. Desviarse de las normas de estas instituciones a menudo hace que el individuo sea un líder en el grupo. Sin embargo, los guiones sociales son más sutiles, funcionan a través de “estructuras de sentimiento” (como lo describe Williams) en

da por sentado³² o parece natural para los individuos dentro del grupo. La mayoría de las personas, sin siquiera pensarlo, reproducen estos guiones sociales en sus actos mundanos y en la forma en que se presentan en la vida cotidiana³³. De la forma en que se visten a la comida que preparan, de la forma en que saludan a los vecinos a sus temas de conversación —ya sea en línea o no— las personas se comportan de acuerdo a las reglas no escritas.

Sin embargo, incluso dentro de estos guiones sociales los hospiceños expresan con frecuencia preferencias, estilos y opiniones individuales. En tanto algunos abordan la política local con gravedad, otros se quejan del gobierno nacional con humor. En sus vidas, algunos preparan alimentos usando una receta familiar anterior mientras otros simplemente mezclan los ingredientes de acuerdo con su propio gusto. Las redes sociales brindan un espacio para hacer estas expresiones públicamente visibles. Publicar fotos, memes, mensajes e incluso mensajes privados a amigos se trata tanto de autoexpresión como de comunicación personal. Si bien no necesariamente de forma consciente, las personas consideran estos actos como representaciones, están tomando decisiones activamente sobre cómo quieren presentarse. En esencia, las redes sociales proporcionan un escenario para la realización del yo³⁴. Actuar en ese sentido no es “actuar”, sino “promulgar”; no una representación falsa de un “yo verdadero”, sino la producción de uno mismo

lugar de instituciones formales, de modo que en ninguna parte se sugiere formalmente que joyas llamativas, ropa, vivienda o incluso mostrando una educación avanzada es en contra de un código social, pero como los chismes de Vicky dejan en claro, estos comportamientos van en contra del guión social aceptado. Ver Turner, V. 1982. *From Ritual to Theatre: The Human Seriousness of Play*. New York: Performing Arts Journal Publications; Durkheim, E. 2012. “The Rules of Sociological Method”. Longhofer, W. and Winchester, D., eds. *Social Theory Re- Wired: New Connections to Classical and Contemporary Perspectives*. New York: Routledge. 33-50; Williams, R. 1977. *Marxism and Literature*. New York: Oxford University Press.

³² Turner, V. 1982. *From Ritual to Theatre*. 122.

³³ Goffman, E. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City: Doubleday.

³⁴ Schechner sugiere que, aunque existan diferencias entre el rendimiento elevado y la acción diaria ordinaria, “cualquier comportamiento, evento, acción o cosa se puede estudiar” como “rendimiento”, se puede analizar en términos de hacer, comportarse y mostrar. Considerar una cosa como actuación es simplemente considerarla desde una perspectiva de desempeño o en términos de desempeño. “De manera similar, Turner define el” desempeño “para incluir” dramas sociales “o cualquier acción que se forme, entienda y reitere a través del guión cultural. Ver Schechner, R. 2002. *Performance Studies: An Introduction*. New York: Routledge; Turner, V. 1986. *The Anthropology of Performance*. New York: PAJ Publications.

como un sujeto culturalmente reconocible³⁵. Estos usuarios se caracterizan a sí mismos, se categorizan a sí mismos, se ubican en relaciones con otros y dentro de la narrativa que quieren contar de sus vidas³⁶.

Construyendo una dieta equilibrada en las redes sociales

Cuando Francisca, Franklin, Andrés y yo terminamos nuestros almuerzos de colación, miré hacia mi caja de polietileno.

—Bueno, entonces si Facebook es la gallina, ¿qué es Instagram?

Con los tres interrumpiéndose se decidió lo siguiente: Instagram es la salsa, totalmente innecesaria, aunque tiene buen sabor y agrega un poco de color al plato. WhatsApp, por otro lado, es la ensalada, tan necesaria como el pollo pero fácil de olvidar, pero cuando lo haces, casi de inmediato notas su ausencia.

—Twitter es mi arroz —dijo Franklin— realmente aburrido, pero bueno para relajarse. Y YouTube es el ají (salsa picante). No me lo comería solo, pero si lo pones encima de otra cosa queda mucho mejor.

—Y mira —dijo Andrés, con un tenedor lleno de un poco de todo—, así es como tú haces una página de Tumblr, —cuando el utensilio que sostenía desapareció en su boca.

Mis compañeros de almuerzo entienden que para que las redes sociales sean divertidas es ideal una combinación de formas diferentes. Es en el uso creativo de múltiples formas, no solo de manera complementaria sino en combinación, que las redes sociales ganan popularidad en Alto Hospicio. No obstante, lo más importante de todo es que la comida debe ser compartida. Ya sea con familiares, amigos o conocidos, las redes sociales son útiles, divertidas e incluso adictivas porque permiten a las personas compartir experiencias comunes, a menudo relacionadas con su subjetividad marginada, y construir un sentido colectivo de pertenencia a través de la normatividad. Tener acceso a múltiples formas mediáticas con el objeto de permitir más posibilidades y más recursos en este trabajo creativo.

Los hospiceños utilizan las redes sociales para mantenerse en contacto con la familia, abogar por reformas locales, comprar y vender artículos, construir

³⁵ Bucholtz, M. and Hall, K. 2004. "Theorizing Identity in Language and Sexuality Research". *Language in Society* 33: 469-515, 491.

³⁶ Brubaker and Cooper, 2000. "Beyond Identity".

amistades, organizar la logística en el trabajo, expresar intereses individuales y, a menudo, hacer reír a la gente. Sin embargo, todo esto se hace dentro de los guiones de la norma social, realizados para la audiencia de otros hospiceños que miran a través de sus computadoras o de sus teléfonos inteligentes. Está claro que no solo se entienden las redes sociales como un modo normativo de comunicación sino también como una herramienta para la negociación social sobre lo que es normativo y lo que excede los límites. Las redes sociales son a la vez un medio de comunicación privado, un modo de difusión masiva y un método para alinearse con varias relaciones, identidades e ideologías, particularmente para expresar la identidad como marginado y “buen ciudadano”.

CAPÍTULO III

PUBLICACIONES VISUALES: LA ESTÉTICA DE ALTO HOSPICIO

En Alto Hospicio el paisaje estético está impregnado de homogeneidad. La gente, cada cual con sus diferencias individuales, encaja perfectamente en el entorno. Sus camisetas y jeans, a menudo comprados usados de segunda mano la feria, raramente pretenden llamar la atención. Hay algunos edificios grandes y muy poca publicidad. Las casas parecen todas iguales, como bloques de lego gigantes apilados en una o dos alturas en cada calle estrecha. Las calles también parecen iguales con sus filas de casa flanqueadas por tiendas en las esquinas; los automóviles que pasan por la plaza principal parecen ser todos de las mismas marcas y modelos. Incluso mirando las páginas de Facebook y las publicaciones de Instagram de los hospiceños, es difícil distinguir unas de otras.

La repetición de la arquitectura, las anodinas tiendas de esquina, las vestimentas comunes y corrientes, e incluso los perros vagabundos de las plazas parecen rechazar la existencia de cualquier cosa fuera de lo ordinario. Asimismo, en las redes sociales ni siquiera la normatividad llama la atención sobre sí misma. Hay algo tan normativo en todos estos aspectos estéticos en Alto Hospicio, que parece que la diferencia se rechaza pasivamente. De hecho la normatividad a menudo consiste en no hacer nada diferente o especial. Aunque Alto Hospicio proporciona un ejemplo de las maneras en que hacer algo común no es menos atractivo que hacer algo extraordinario. Es una elección, aunque a veces sea inconsciente, que se manifiesta de diversas maneras, muchas de ellas visuales. Tal normatividad está estrechamente relacionada con ser un buen ciudadano local, con encajar en una marginalidad aceptable como parte del hecho de pertenecer a la comunidad.

La estética puede parecer algo completamente divorciado de la idea de ciudadanía. No obstante, la estética es la vía directa por la que la ciudadanía puede ser expresada o contestada. Comprender esta normativa estética creada activamente (aunque a veces de manera inconsciente) nos permite observar la manera en que también genera una cierta forma de ciudadanía. La estética es

el terreno en que las ideologías dominantes (a menudo capitalistas) se reproducen¹ o cuestionan².

Observando los elementos visuales de las redes sociales de los hospiceños, precisamente queda claro cómo la estética es un elemento clave con el que los individuos se presentan a sí mismos como ciudadanos marginalizados “buenos”, donde se reelaboran las ideas dominantes y se promueve su propio sentido de normatividad colectiva.

“Instagrameando” lo poco interesante

La normatividad estética de las redes sociales en Alto Hospicio es especialmente visible en las representaciones visuales de sí mismos, a menudo considerando los lugares en los que esta interpretación e identificación son más evidentes en las redes sociales. Los *selfies* más comunes³, incluso entre los jóvenes, normalmente se toman en el trabajo, en sus propias casas o en las de amigos, o durante una breve salida al centro de Alto Hospicio o a Iquique. Estos fotógrafos raramente

¹ Ver Debord, G. 1994. *The Society of the Spectacle*. New York: Zone Books; Jameson, F. 1991. *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. New York: Verso; Benjamin, W. 1936. *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. New York: Random House; Adorno, T. and Horkheimer, M. 2002 [1944]. “The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception”. *Dialectic of Enlightenment*. Redwood City, CA: Stanford University Press.

² Eagleton, T. 1990. *The Ideology of the Aesthetic*. Oxford: Oxford University Press; Laclau, E. and Mouffe, C. 1985. *Hegemony and Socialist Strategy*. London: Verso; Ranciere, J. 2002. “The Aesthetic Revolution and its Outcomes”. *The New Left Review* 14: 133–51.

³ Defino “selfies” más libremente aquí que la definición estándar. Los “selfies” a menudo se consideran fotografías tomadas por una persona que también aparece en la imagen. Pueden estar solos o en grupo, y se identifican por la apariencia de un brazo que se extiende hacia un lado del marco como si estuviera sujetando la cámara, o mediante el uso de un espejo para que la cámara del teléfono equipado) es visible en el reflejo del sujeto de la foto. En mi uso, considero que una autofoto es una fotografía casual que representa a la persona que la publica en su propia cuenta de redes sociales. Puede ser tomado por ellos en el estilo clásico de “selfie”, pero también puede ser tomado por un amigo en la cámara del sujeto explícitamente para cargarlo en su propia página de perfil. Yo privilegio la función -una fotografía casual que presenta la autoimagen/autoimagen- en lugar del método de captura en esta definición. Por el contrario, no incluyo las fotografías que toma el sujeto sino que se centran en partes del cuerpo que no sean la cara (como los pies o las uñas de las manos). Una vez más, aunque estos pueden caer dentro de una definición estricta de “selfie” en términos del método de captura de fotos, argumento que su uso y significado son diferentes de una imagen del yo que muestra la cara.

parecen querer transmitir alguna sensación de *glamour*. Aunque en los dos ejemplos de *selfies* de las figuras 3.1 y 3.2 claramente están posando, y podemos suponer que los sujetos desean presentar su mejor aspecto, está claro que es mínimo el esfuerzo y la preparación de las fotografías. El hombre de la figura 3.1 posa en la esquina de una calle típica de su vecindario en Alto Hospicio. Se vuelve hacia la cámara haciendo rápidamente un “signo de paz”, una pose casual que ahora se hace en todo el mundo. La mujer de la fig. 3.2 se ha colocado el pelo de manera que parezca el marco de la foto, a pesar de que ha elegido como fondo un muro vacío. Ninguno de los dos individuos muestra una ropa especialmente bonita, ni tampoco un fondo digno de atención. Tal vez lo más revelador, sin embargo, es el hecho de que cuando estos hospiceños suben sus *selfies*, ambas fotos reciben muchos “me gusta” y comentarios acerca de su atractivo, usando palabras como “lindo”, “hermosa”, “te ves bien” o “preciosa”.

Imágenes en las que el sujeto intenta presentar una pose que los haga “atractivos”, como las de abajo, son comunes en los *selfies* que los hospiceños publican en las redes sociales, pero en muchas otras fotografías se retratan con un aspecto más alegre y casual. Estas fotografías tienden a contestar con humor al conocido estereotipo que define los *selfies* como narcisistas. En esencia, cuando los sujetos de las fotos saben que no pasarían como “atractivos” porque no están bien vestidos o en una buena pose, rechazan este punto de vista y ponen mala cara. Tales fotos son populares entre los hospiceños, tanto jóvenes

Figuras. 3.1 y 3.2
Dos *selfies* típicas de jóvenes hospiceños

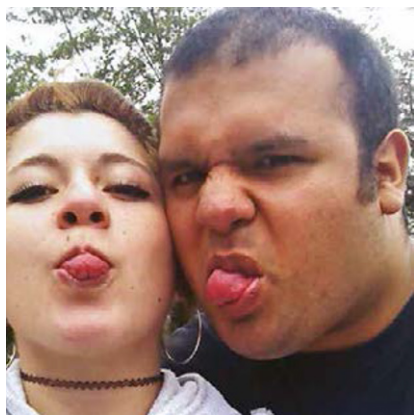


como mayores, tal vez precisamente porque gastar energía (tanto mental como física) para componer una foto “atractiva” simplemente no existe en el repertorio común. Sin embargo esta manera de ser informal y espontáneo está tan estandarizada como las poses formales con las que contrastan.

Son abundantes las maneras en la que los individuos contestan a la formalidad de los *selfies* posados. Una inventiva manera muy popular entre los jóvenes hospiceños son las fotos de pies, o “*footies*”. Estos fotografías casi siempre están recostados mientras miran la televisión o juegan a videojuegos, dando al espectador una muestra de vida mundana que el fotógrafo desea capturar. El “*footie*” es tan casual que el fotógrafo ni siquiera tiene que dejar su posición de reposo para posar. La imagen se puede conseguir con un mínimo de movimientos simplemente levantando el teléfono inteligente, que ya lo tiene en la mano, y sacando la fotografía si ni siquiera apagar el programa de televisión o el videojuego. Es una publicación que retrata la máxima relajación.

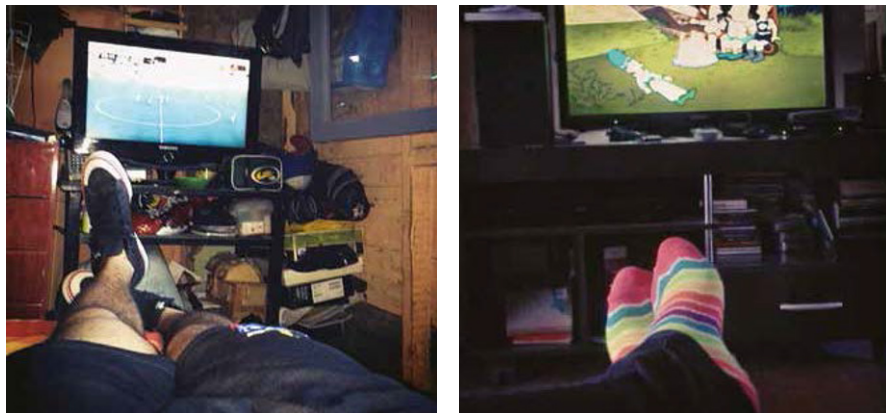
Quienes más a menudo publican varias imágenes al día⁴ son los adolescentes y los jóvenes adultos, normalmente sobre asuntos mundanos como las nuevas zapatillas para el gimnasio, desayunos, sus automóviles recién lavados, *selfies*

Figura 3.3
Dos jóvenes hospiceños sacándose un *selfie* con caras feas



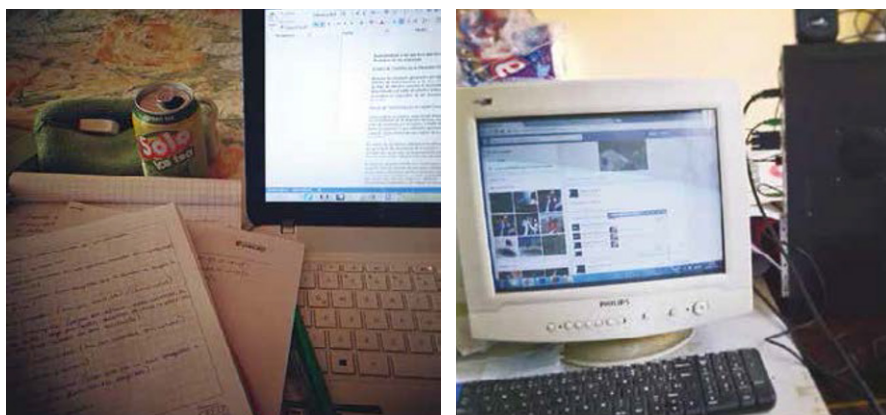
⁴ La mayoría de las imágenes de personas en este capítulo provienen de personas menores de 35 años, porque publican con más frecuencia y es más probable que acepten que aparezcan sus imágenes. Sin embargo, a menos que se indique lo contrario, estas tendencias también son válidas para las personas de 35 a 55 años.

Figuras 3.4 y 3.5
“Footies”



sacados en el colegio o en el trabajo y foto *collages* hechos con otra aplicación. Estas imágenes transmiten la sensación de la monotonía de la vida diaria. Sacar y publicar fotografías a menudo parece ser una estrategia para pasar el tiempo en momentos de aburrimiento; de hecho las propias fotos a menudo incluyen etiquetas como #aburrido o #fome. Los jóvenes matan el tiempo fotografiando sus lugares de trabajo (ya sea en sus trabajos o escuelas), sacan fotografías de su entorno mientras se relajan en sus casas (a menudo viendo la televisión

Figuras 3.6 y 3.7
Fotografías en el trabajo



o escuchando música) y se hacen *selfies* en diversos lugares alrededor de Alto Hospicio. Algunas imágenes incluso expresan lo máximo en aburrimiento: esperar en una cola mientras se hacen recados. La [figura 3.8](#) muestra la cola para pagar los recibos de la compañía telefónica Movistar.

Estas fotos mundanas sugieren que el verdadero propósito de la fotografía de estos jóvenes de Alto Hospicio no es el mismo que el de las generaciones anteriores. Hay pocos hospiceños que no tengan un teléfono móvil con cámara o una cámara digital. Las cámaras, las películas y los procesos de revelado antes eran relativamente caros, lo que otorgaba a las fotografías un aura de importancia. Pero la facilidad con que ahora se sacan infinitas fotos digitales demuestra que ha cambiado su relación con este medio. Antiguamente el propósito de las fotografías era registrar la experiencia, mientras que ahora para muchos jóvenes sirven para realzar las experiencias⁵. A menudo los jóvenes sacan fotos sin la intención de mostrarlas en sus casas o en las redes sociales⁶. Y, dada la baja calidad de muchas de las publicaciones de los hospiceños, parece que la excelencia, la

Figura 3.8

“Esperando en la cola para pagar mi recibo #instabored #instafome”



⁵ Miller, D. and Sinanan, J. 2016. *Visualising Facebook: A Comparative Perspective*. London: University College London Press. 14.

⁶ En mi encuesta de 100 personas, más de las tres cuartas partes dijeron que publicaron el 20% o menos de las fotografías que toman en las redes sociales.

Figuras 3.9 y 3.10
Fotografías de comida



composición y el tema de la imagen ya no son importantes en la ejecución: más bien el significado está en la propia acción. La fotografía es una manera de pasar el tiempo, y publicar la imagen en las redes sociales también abre la posibilidad a que sus amigos la debatan y alaben. Tales debates ayudan a aliviar períodos de aburrimiento. La fotografía entonces funciona como método para pasar el tiempo en un doble sentido: el primero en el instante de sacarla, y el segundo en el tiempo (con suerte) dedicado a debatir sobre la propia imagen. Sumado a cualquier conversación que surja en los comentarios de las redes sociales o en mensajes privados.

Evidentemente los hospiceños también consideran importante capturar momentos de entretenimiento con la fotografía, e incluso usan el acto para calificar el evento como “divertido”. Usualmente publican fotografías que retratan los momentos de la vida que consideran entretenidos, que a menudo consisten en comida, bebida y amigos. Estas fotografías sirven para resaltar momentos —muchos de los cuales relativamente mundanos— que vale la pena documentar y por lo tanto son divertidos, especiales o destacables.

También estas imágenes se sacan con un mínimo esfuerzo y preparación, lo que sugiere que en Alto Hospicio el producto de la fotografía se ha hecho menos relevante, mientras que el acto de hacerla se ha vuelto más importante. La gente no parece prestar mucha atención a su aspecto, aparte de los ahora casi universales modos simbólicos de comunicación que expresan “estar pasando un

Figura 3.12
Fotografía de ocio



buen momento”: sacar la lengua, sonrisas burlescas y gestos con las manos. No preparan la ropa o sus cuerpos de ninguna manera especial, más que asegurarse de que sus caras están visibles y se ajustan al marco. A menudo ni siquiera aparece gente en la fotografía. Simplemente mostrar comida o bebida sirve para simbolizar que están pasando un buen rato, lo que hace que el disfrute humano quede sobrentendido a través de objetos materiales.

Figura 3.11
Fotografías de amigos



Vale también la pena señalar que todas las imágenes que mostramos en este ensayo en principio fueron publicadas en Instagram, que en muchos lugares está asociado a una patente selección de las imágenes. La selección en este caso es similar a la de un museo de arte, donde diferentes objetos estéticos se sitúan en relación a otros para crear una narración, o simplemente un ambiente. La cobertura de Instagram en las redes sociales normalmente se centra en la posibilidades de la aplicación para mejorar visualmente las fotografías, y permite a los usuarios recortarlas y usar “filtros” que cambian el contraste, el tono del color, la saturación y el enfoque. El resultado a menudo hace que parezcan una fotografía Polaroid sobreexpuesta o subexpuesta.

Para muchos usuarios de todo el mundo este es el atractivo de Instagram —convertir lo ordinario en algo bello y nostálgico—. Permite la selección de un grupo de fotografías que muestran la sensibilidad artística del usuario, los lugares hermosos que ha visitado, sus *selfies* con más estilo y su ojo clínico para encontrar composiciones interesantes entre los momentos ordinarios de la vida. En contraste nuestro (Figs. 3.13 y 3.14) dos fotos de Instagram de usuarios de Santiago. Ambas representan temas que están ampliamente considerados como “hermosos” para el arte⁷ y tienen filtros que realzan su aspecto.

Estos usuarios de Instagram reflejan que se han concentrado de manera más explícita en el resultado de la fotografía más que en el acto de hacer la imagen. En muchos contextos la medida de una buena fotografía de Instagram no es simplemente el hecho de que muestre un momento en la vida, si no su capacidad de combinar el buen ojo del fotógrafo, una composición interesante y el hábil uso de los filtros para crear un producto final estéticamente agradable⁸.

Las fotografías de Instagram de Alto Hospicio contrastan con estos ideales casi de todas las formas posibles. No muestran objetos como si fueran obras de arte, comida de restaurante bien presentada, espacios hermosamente decorados o moda elegante. Aunque los contrastes sean evidentes incluso cuando usuarios de Instagram de Santiago retratan temas “mundanos” como pies, trabajo, su desayuno en casa o el vecindario. Más que simplemente mostrar asuntos mundanos, estos usuarios a menudo componen las fotografías y usan filtros para darles un toque artístico y así realzar lo cotidiano.

⁷ Dutton, D. 2002. “Aesthetic Universals”. Gaut, B. and Dominic McIver Lopes, D., eds. *The Routledge Companion to Aesthetics*. New York: Routledge.

⁸ Ver Miller, D. 2016. *Social Media in an English Village*.

Figuras 3.13 y 3.14
Fotografías de Instagram de usuarios de Santiago



Figuras 3.15 y 3.16
Asuntos “mundanos” como tema de fotografías de usuarios de Santiago



Mi opinión no es que los fotógrafos de Santiago sean cualitativamente mejores que los de Alto Hospicio, sino que sus objetivos son distintos. Muchos usuarios de Instagram de Santiago piensan que en general Instagram y Facebook más que para capturar lo mundano se deben usar para mostrar los momentos extraordinarios de la vida: vistas hermosas, comidas deliciosas o momentos

especiales con amigos. Estos usuarios de Santiago siguen más atentamente estos ideales para seleccionar fotografías, mientras que los usuarios de Instagram y Facebook de Alto Hospicio presentan materiales visuales que corresponden más exactamente a una visión sin editar de la vida diaria. En el contexto de otros usuarios hospiceños que hacen lo mismo, esas imágenes parecen perfectamente normales y “naturales” como para publicarse en las redes sociales. Son retratos de la vida “normal”.

Está claro que estas fotografías de las redes sociales son más coherentes con la manera en que los hospiceños ven la vida fuera de línea. En sus hogares, vestimentas u en estas fotografías, los hospiceños prefieren una estética que corresponda con la normatividad de su existencia diaria. Retratar esta normatividad constituye su propia forma de estética. Estas colecciones de fotografías no están desprovistas de estética. Más bien, junto a los espacios y bienes materiales comunes en Alto Hospicio, constituyen una estética sin pretensiones en particular⁹.

⁹ Mi explicación de esta estética se basa en la sugerencia de Koskinen de que las imágenes de los teléfonos con cámara constituyen una “estética de la banalidad”. Pero amplió esta noción para señalar que los momentos particulares que hospiceños retrata a través de la fotografía muestran la estética modesta que en su entorno también se encuentra fuera de la cámara. Casi cualquier hospiceño podría acceder a los recursos para producir esta estética, pero no es lo mismo que la “estética accesible” de la producción artística del folclore discutida por Kirchenblatt Gimblett. No es la “estética ordinaria” lo que apela al reemplazo de la belleza de la clase trabajadora por el consumismo, ni su contraste, la estética de los “bellos objetos” creados por los “pobres” en “diferentes continentes”. Mi argumento no es que la estética predominante de Alto Hospicio sea inexistente, ni totalmente utilitaria: privilegiando la forma por encima de la función y la “elección de lo necesario”, como Bourdieu llama a la estética de la clase trabajadora. Mientras que muchos hospiceños claramente podrían darse el lujo de redecorar sus casas o comprar ropa cara de Zofri o los grandes almacenes de Iquique, sus elecciones estéticas se inclinan hacia una apariencia de lo que Bourdieu llama “necesidad” para permanecer dentro de la normatividad asociada con la clase trabajadora. Es una estética que se presenta como si no fuera una, porque aspirar a una estética particular sería un cierto tipo de pretensión. Sin embargo, la estética se basa en elecciones deliberadas para no ser pretencioso o llamativo: en cambio, ser moderado, ser modesto. Ver Koskinen I. 2007. “Managing Banality in Mobile Multimedia”. Peritierra, R., ed. *The Social Construction and Usage of Communications Technology: Asian and European Experiences*. Philadelphia: University of Philippines Press. 60-81; Gimblett, B. K. 1983. “An Accessible Aesthetic: The Role of Folk Arts and the Folk Artist in the Curriculum”. *New York Folklore: The Journal of the New York Folklore Society* 9(3-4): 9-18; hooks, b. 1995. “Beauty Laid Bare: Aesthetics in the Ordinary”. Walker, R., ed. *To Be Real*. New York: Anchor Books. 157-65; Bourdieu, P. 1984. *Distinction*. 41, 372, 376.

Los *selfies*, como muchas otros tipos de fotografía de las redes sociales de los hospiceños, simplemente proporcionan una visión a sus vidas diarias. Aunque decir que no tienen estética es malinterpretar las intenciones de los fotógrafos. Estas fotografías precisamente son ejemplos de la estética que corresponde con la forma de normatividad particular que prevalece en Alto Hospicio. Como sugiere Hariman: “Dado que la cámara registra el decorado de la vida diaria, la imagen fotográfica es capaz de... mediaciones estéticas de identidad política”. Estos *selfies* mundanos permiten a los hospiceños desarrollar su normatividad y, junto a otros tipos de publicaciones en redes sociales, colocarse a sí mismos dentro de la concepción dominante de “buen ciudadano” de la ciudad.

Vida diaria y clase social en las redes sociales

La representación de la vida diaria en fotografías publicadas en las redes sociales funciona como un elogio a la presentación en estas plataformas de las clases sociales y económicas. La mayoría de los hospiceños se presentan a sí mismos dentro de los límites de la riqueza normativa y los medios económicos de la ciudad. Y aunque la mayoría de sus residentes se identifican como marginalizados, algunas familias viven muy cómodamente, reciben varios sueldos para apoyar a la familia y son capaces de sufragarse lujos como los últimos aparatos electrónicos, vehículos privados, por lo menos un teléfono móvil para cada familiar, y pueden disponer de dinero para actividades de entretenimiento. Sin embargo considerarían de mal gusto presentarse a sí mismos como “ricos” (o lo que pudiera considerarse clase media para los de Iquique). En cambio, manteniendo una apariencia de ajustarse a la posición marginal de Alto Hospicio en las redes sociales permiten que se perpetúen los argumentos sociales de la normatividad.

Aunque en muchos contextos a menudo la gente usa las representaciones visuales para demostrar un estatus y una riqueza superiores, los hospiceños activamente prefieren destacar lo que tienen en común con sus vecinos y contactos de las redes sociales. Esto no quiere decir que sean poco sinceros acerca de su riqueza, sino que la mayoría considera inapropiado usar las redes sociales para exhibir una opulencia y una posición social que se aparte de la norma. En cambio, destacando cierto tipo de problemas económicos con un toque humorístico contribuyen a los discursos sobre la marginalidad de Alto Hospicio y sus residentes.

Los hospiceños raramente perciben que haya un estigma asociado a períodos en que no pueden permitirse ciertos lujos —el acceso a Internet entre ellos—. Enseguida reconocen sus limitaciones materiales, y a menudo se toman el asunto de manera humorística. Por ejemplo Eduardo, un hombre de 40 años que recientemente ha perdido su trabajo en una empresa minera dijo una tarde: “La gente con dinero siempre está conectada. Los que tienen menos solo a veces. Y los que no tienen plata tienen que buscar wifi gratis”. Y dado que en Alto Hospicio es difícil dar con wifi gratis, aquellos “sin plata” normalmente permanecen desconectados.

Debido a estas limitaciones, tampoco es raro ver noticias públicas en Facebook que anuncian: “Amigos, no tendré Internet durante los próximos dos meses. Para cualquier cosa llamen al teléfono de mi hermana, o vengan a verme al trabajo”. Los planes para teléfonos inteligentes o las tarjetas de pre-pago son a menudo el único acceso a Internet de muchos hospiceños. Como las conexiones en Alto Hospicio en general son débiles, y dependen de la fuerza de las señales móviles (notablemente lentas), de los vecinos que pagan sus propias facturas o de la disposición de los amigos para que les pasen crédito.

Aunque estar sin dinero tiene implicaciones más amplias para las redes sociales. Como explicó Eduardo:

—Las redes sociales son muy diferentes si no tienes dinero. Por ejemplo, ahora que estoy pobre tengo dos opciones. Antes de que cerraran mi Internet (de mi teléfono móvil) podía decir al mundo que era pobre con la esperanza de que alguien a quien haya invitado antes me ofrezca salir y me pague un trago. Si soy pobre sin Internet simplemente estoy desconectado y tengo que encontrar otra cosa para entretenerme. Pero cuando tengo dinero salgo, voy a fiestas, hago fotos y las cuelgo. Puedo ser como Tony Stark (de la serie de Iron Man) —rico y excéntrico— y publico fotos en Facebook que lo prueban todo.

Entonces me enseñó el meme que había publicado sobre Tony Stark; representaba la riqueza y el estilo de vida del personaje con la etiqueta “día de pago”, en contraste con una fotografía de un hombre agachado de aspecto muy pobre etiquetado con la frase “el resto del mes”.

—Eso lo resume muy bien. Algunas veces tienes dinero, y algunas no —me dijo Eduardo con un suspiro.

Más que estar estigmatizados, esos períodos sin acceso a Internet se ajustan perfectamente a otras formas de identificaciones explícitas con una economía marginalizada y una clase social. La pobreza tiene incluso su propio humor en las redes sociales. Cuando estuvo disponible el iPhone 6 muchos

Figura 3.17
Meme que muestra a Tony Stark, personaje de Iron Man



hospiceños hicieron circular memes muy populares sobre su incapacidad para conseguirlo. En una broma alguien se lamentaba de la sensación de que el nuevo iPhone se curvaba cuando iba en el bolsillo delantero, pero enseguida recordaba que no era un teléfono sino unas galletas Pop Tart. En otra se expresaba emoción:

—¡Estoy tan contento de que haya salido el iPhone 6! ¡Ahora podré pagarme un iPhone 4 de segunda mano!

Los iPhones, como las Xboxes, a menudo se consideran símbolos del lujo, pero no así los televisores de pantalla grande, los automóviles y las cámaras. Este humor funciona porque los hospiceños en general entienden que los iPhones están fuera de su alcance, y porque comparten la sensación de cierta forma de sentirse pobre. De modo que a través de esta manera de reírse de sí mismos, desarrollan sentimientos de pertenencia a la comunidad que tiene en su base la experiencia normativa de ser marginados.

Los que cruzan los límites de la presentación de clase en las redes sociales suelen ser objeto de habladurías. Igual que Vicky se molestaba por la ostentación de sus vecinos, otras mujeres se quejaban de sus conocidos que exhibían demasiado sus riquezas en Facebook. Lilia, una mujer en la cincuentena con cinco hijos, me dijo:

—He conocido a un montón de gente que siempre hablaba de lo pobre que era. Pero después vi en Facebook que tenían un auto nuevo, se iban de viaje y se compraban cosas. Personalmente me molesta. Facebook dice la verdad. Esa gente es egoísta y no quiere compartir.

Para Lilia, las redes sociales funcionan como una ventana que le permite examinar a vecinos y conocidos para vigilar los límites de la normatividad.

Las alegrías de la mediocridad

Los hospiceños normalmente representan su riqueza de manera normativa en Facebook, pero el desarrollo de la normatividad se extiende más allá de su actual situación económica y alcanza las maneras en que presentan sus aspiraciones (o la falta de ellas). Un género de meme común compartido en Facebook representa el estilo de vida de éxito o de lujo enmarcado en una exageración humorística. El meme que mostraba a Tony Stark proporciona un buen ejemplo de esta exageración, en el que el día de pago se presenta como un momento de lujo en una existencia que realmente es pobre. Sin embargo este y otros memes hospiceños divertidos contrastan con las representaciones de éxito, y de este modo se alinean activamente con la normatividad.

Un ejemplo divertido de este estilo usa el autodesprecio y sitúa al individuo como mediocre. El meme, que Jhony y Miguel originalmente encontraron en Jaidefinichon y compartieron en Facebook, muestra a varios espermatozoides corriendo hacia el óvulo. El meme presenta al sujeto, incluso antes de la concepción, como el decepcionante resultado de la suerte. De todos los espermatozoides posibles con cualidades potencialmente extraordinarias en cuanto a inteligencia, belleza y liderazgo, el que consigue el éxito es el mediocre. Esta forma de exageraciones humorísticas que colocan al sujeto en contraste con la grandeza, solidarizan con los individuos medios de Alto Hospicio. Que se exprese con humor indica una alegre aceptación de tal destino.

Otro meme declara las ventajas de la mediocridad física: “Ser feo y pobre tiene sus ventajas. Cuando alguien se enamora de ti lo hace de corazón”.

Figura 3.18

Meme que describe la carrera de los espermatozoides hasta el óvulo

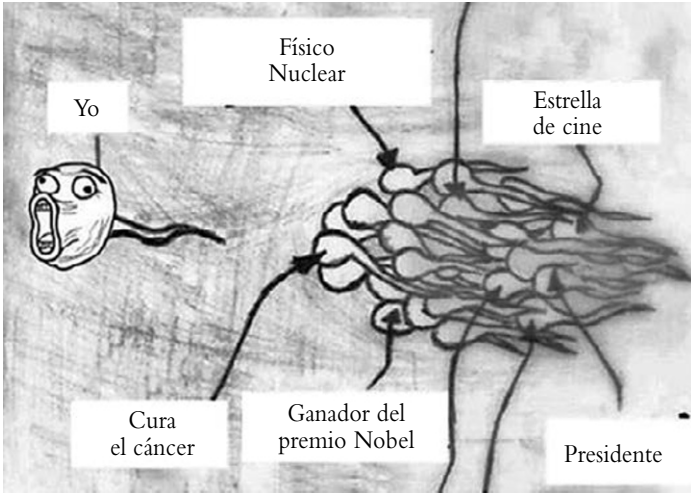


Figura 3.19

Meme de la Rana René “A veces quisiera dejar de trabajar, luego me acuerdo que no tengo quién me mantenga y se me pasa”



Figura 3.20

Meme de la Rana René “A veces pienso cambiar el motor, luego recuerdo que sólo me alcanza para el cambio de aceite y se me pasa”



Figura 3.21

Meme de la Rana René “A veces me dan ganas de romper la dieta, luego me acuerdo que no la he empezado y se me pasa”



Nuevamente los individuos que publican este meme se retratan a sí mismos como mediocres, o incluso por debajo de la media en belleza y riqueza, pero destacan el lado bueno de la situación; saber que sus relaciones son sinceras. Al mismo tiempo sugieren sutilmente una correspondencia entre los individuos por encima de la media (bellos y ricos) y la falta de sinceridad. Presentan la normatividad como una característica positiva y menosprecian aquella que es habitualmente idealizada, reforzando las sanciones sociales creadas por mujeres como Vicky y Lilia cuando critican a sus vecinos y amigos que exhiben demasiadas riquezas.

La aceptación, e incluso el orgullo, por la vida mundana es especialmente aparente en ciertos estilos de memes que inundaron Facebook hacia finales de 2014. Estos memes de la Rana René (Kermit the Frog, en inglés) expresan

Figura 3.22
Estilo de meme “Expectativa versus Realidad”



cómo se abandonan las aspiraciones. En estos memes la rana cuenta que desea algo —un físico mejor, mejores bienes materiales, una familia mejor o vida amorosa— pero concluye que es improbable que ocurra y que por lo tanto “se me pasa”.

De manera similar, durante junio y julio de 2013 una forma común de meme sirvió para contrastar las expectativas o idealizaciones con la realidad. El ejemplo de la Fig. 3.22 muestra la imagen de la “expectativa” de un hombre en la playa (un hombre que parece un modelo con el cuerpo atlético y la piel bronceada ante un fondo pintoresco). Pero la “realidad” muestra a un hombre fofo, con la piel clara y en una ajetreada playa urbana llena de gente y kioscos. No muestra el entorno sereno y de ensueño de la “expectativa”. En otros la “expectativa” muestra también entornos, gente, fiestas, arquitecturas o situaciones románticas “ideales”. Pero la realidad siempre presenta con humor algo más mundano e incluso desastroso. Estos memes se hicieron tan ubicuos que fueron incluso como inspiración para la publicidad de las galletas Toddy.

Los comentarios a publicaciones sobre la salud y la imagen del cuerpo demuestran cómo la normatividad está más valorizada que la excelencia. A

Figura 3.23

Anuncio de Toddy que sigue el modelo de “Expectativa versus Realidad”

Toddy compartió un enlace.
Patrocinados ·

Me gusta esta página

EXPECTATIVA **REALIDAD**

Toddy

Clic aquí para participar

Tus vacaciones soñadas están a un meme de distancia ¡Crea el tuyo y participa!

Figura 3.23
Meme que muestra una lápida con la inscripción
“Aquí descansan mis ganas de estudiar”



diferencia de muchos contextos en que se idealizan los cuerpos en forma, en Alto Hospicio se alaban los cuerpos imperfectos. Un meme común sugiere: “Un hombre sin panza es como un cielo sin estrellas”. En general los discursos que aluden a diferentes formas de cuerpo se manifiestan también en los apodos. Muchos padres y parientes mayores se refieren a sus hijos (sin importar la edad) amorosamente como “mi gordo/a”. Mucha gente también llama a sus hermanos, primos o amigos Gorda o Gordo. En cierto sentido son reacciones a la idea más general promovida por los medios de comunicación, incluyendo la televisión global y las películas, las revistas nacionales e internacionales e incluso las celebridades locales, de que la forma corporal más deseable y sexy es estar delgado o en forma. Consciente o inconscientemente los hospiceños en conjunto valoran una imagen positiva del cuerpo que reconozca el aspecto de la gente; que suele ser bastante distinto de los que los medios de comunicación implícitamente sugieren como más deseables para hombres y mujeres.

La educación es otro tema que surge en las publicaciones de los hospiceños. La mayoría de los jóvenes de Alto Hospicio termina la secundaria y muchos comienzan estudios en universidades locales, pero muy pocos llegan a titularse. Cuando un joven (o un adulto de más edad) termina la universidad toda la familia está muy orgullosa, pero dadas las oportunidades de trabajo de

la región, también se entiende como un logro reservado solo a los más brillantes y dedicados. Más a menudo la gente hace estudios de técnicos en electricidad, mecánica u otros oficios relacionados con la minería o los trabajos del muelle Zofri. Otros se saltan la educación superior y entran directamente a trabajar y así poder comenzar a contribuir a los ingresos de la familia, o apoyar a sus propias familias jóvenes de inmediato. Estas normas y expectativas locales dotan a la educación universitaria de un sentido de distinción que muchos hospiceños admiran aunque lo consideren superfluo. Dado que esta consideración de la educación es casi universal dentro de la comunidad, y que refleja las limitadas ambiciones de su normatividad, es un excelente tema para hacer humor en las redes sociales.

Los memes humorísticos son importantes para los hospiceños porque permiten diversos juegos. Sin embargo las bromas solo son cómodas para la mayoría de la audiencia si esta considera que su humor no ataca al corazón de los valores en juego¹⁰. En el contexto de la normatividad en Alto Hospicio, hacer bromas es una manera segura y popular para que la gente exprese que se siente cómoda con las vidas normativas que han elegido. En vez de sentirse desilusionada, o lamentar no haber aspirado a más, se reafirma a sí misma, y a los que son como ella, de que su decisión de mantenerse dentro de los límites es aceptable o valorado dentro de la comunidad.

El humor a menudo gira en torno al auto desprecio como forma de elevar la emoción, para enseguida suavizar la situación¹¹. Los memes “se me pasa” que muestran a la Rana René de esta manera para animar a la audiencia, pero enseguida se diluyen las expectativas. Esto funciona como una forma de auto desprecio asociada a los bajos ingresos o ambiciones. Aunque la broma podría funcionar en cualquier contexto, los hospiceños que eligen estos memes para que formen parte de sus intervenciones en las redes sociales, expresan que no solo entienden la broma, sino que sienten que está relacionada con sus sentimientos

¹⁰ Ritchie, D. 2005. “Frame-Shifting in Humor and Irony”. *Metaphor and Symbol* 20 (4): 275-94, 288.

¹¹ Yus llama a esta forma de broma “seguridad de la excitación” en la que la broma intenta provocar excitación u ofensa, y luego vuelve rápidamente a lo esperado. Yus sugiere que el humor se basa parcialmente en el placer de la audiencia de descubrir congruencias. “La tensión involucrada en la búsqueda de una solución se puede liberar cuando se descubre el” significado “de una broma”. Ver Yus, F. 2003. “Humor and the Search for Relevance”. *Journal of Pragmatics* 35: 1295–1331, 1314.

y ambiciones. Dentro de los ideales socialmente aceptados de la normatividad, la bromas se convierten en una manera perfecta de expresarla, incluso aunque articule deseos que vayan más allá de la norma. El humor permite a los individuos expresar deseos que probablemente, dadas las circunstancias, son inalcanzables, mientras a la vez convence a los demás de que se den cuenta de que tales ambiciones están más allá de las normas sociales esperadas. Esto refuerza la normatividad, sin considerar si el individuo se siente cómodo o constreñido por ella.

Además, los elementos visuales de este tipo de humor refuerzan la normatividad al depender de imágenes de gran circulación que casi por definición son accesibles para cualquiera. Los memes no expresan la originalidad del individuo que las publica. Son más bien expresiones de creatividad en el sentido de que los usuarios de las redes sociales agregando varios memes humorísticos sobre ciertos temas crean activamente muros de Facebook divertidos, publicaciones de Instagram, grupos de WhatsApp y Tumblr. Esto significa que aunque cuando los memes expresen deseos que aparentemente van más allá de la norma, aun así siguen ligados a ciertos deseos colectivos, como producto de la creación de otra persona. Las imágenes entonces funcionan tanto como una taquigrafía, como un aspecto aún más normalizador del uso de las redes sociales.

Repensando la estética normativa

La forma de normatividad modesta que los hospiceños presentan en línea parece a primera vista tener poco que ver con una elección. Especialistas en cultura material sugieren que los individuos crean identidades sociales en parte a través de las formas materiales de sus casas, lugares de trabajo, lugares de consumo, los bienes personales y la estilización de sus cuerpos. Las redes sociales simplemente son un lugar más donde esa auto estilización se produce. Esta capacidad de exhibir colecciones de formas estéticas, antes de que Internet se volviera ubicuo, nunca había sido posible de una manera tan pública para la gran mayoría de la gente¹². Aunque a menudo precisamente la falta de un estilo particular de

¹² Taylor, E. 2014. "The Curation of the Self in the Age of the Internet". Paper presented at IUAES/JASCA Conference, Tokyo, Japan. Disponible at <http://erinbtaylor.com/the-curation-of-the-self-in-the-age-of-the-internet>.

vestimenta, arquitectura y fotografía es lo que caracteriza la normatividad de Alto Hospicio. Al ampliar nuestras ideas en cuanto a lo que puede implicar la elección de estilo y la estética, observamos que las identidades y los estilos de vida que los hospiceños presentan en Facebook e Instagram están conscientemente contruidos y corresponden a cierto guión sancionado por la comunidad. Las formas estéticas presentadas en línea tienen un parecido visual a la estética de la vida diaria en Alto Hospicio.

Por supuesto, no todo lo que un individuo hace, ya sea en línea o fuera de línea, es un acto de elección consciente. Y además, cuando las reglas sociales están profundamente arraigadas, los actos de elección que corresponden a esas formas de normatividad surgen inconscientemente. En cuanto los individuos se representan a sí mismos, están construyendo historias sobre ellos mismos para que las interpreten los demás. Esto ocurre tanto en la calle como en las redes sociales, aunque en este caso es especialmente importante porque proporciona acceso a recursos. No hace falta poder pagarse ropa de Tommy Hilfiger para representar la marca como parte de su estética en línea. Las redes sociales también amplían las audiencias ante la cual pueden actuar los individuos, y dan la posibilidad de tener un público global. El hecho de que los hospiceños no se aprovechen de esos ámbitos extendidos, deja aún más claro lo profundamente enraizada que están las reglas de la normatividad local. Romper con la estética asociada con el “buen gusto” porque está fuera del alcance del individuo es una cosa: pero hacerlo por elección es algo muy distinto.

Dirigiendo la autorrepresentación a los miembros de la misma comunidad, en un contexto en el que es posible la audiencia global, nuevamente se refuerza la importancia de las identificaciones locales y las normativas, y no se coloca al individuo dentro de una esfera más amplia. Este estudio de los hospiceños y los materiales visuales que publican en las redes sociales por lo tanto refuerza las ideas de la normatividad modesta visible en las calles de Alto Hospicio. En este sentido las redes sociales son una extensión de la vida diaria, más que un espejo. Las maneras de los hospiceños de identificarse representan un paso más para apoyar los valores comunitarios de interconexión, apoyo social, trabajo duro y diferenciación de contexto que se entienden como inherentemente diferentes.

Las concepciones de los hospiceños de la buena ciudadanía quedan inscritas en su uso de los elementos visuales en las redes sociales. La estética que se produce en la vida diaria se reproduce en las redes sociales, y se convierte en un alegato de su autenticidad como sujetos marginalizados. Como señala Geertz, el arte y la estética pueden constituir un elaborado mecanismo para “definir relaciones

sociales, reglas sociales perdurables y fortalecer valores sociales”¹³. Y cuando se hacen públicos para una amplia audiencia a través de las redes sociales, la estética y la visualidad se convierte en central para sus identificaciones, siempre entrelazadas con la normatividad y la ciudadanía.

¹³ Geertz, C. 1976. “Art as a Cultural System”. *MLN* 91(6): 1473–99, 1478.

CAPÍTULO IV

RELACIONES: CREANDO AUTENTICIDAD EN LAS REDES SOCIALES

En Alto Hospicio soy un personaje sospechoso. Para empezar, destaco visiblemente. Como persona de piel muy clara de ascendencia polaca, alemana e inglesa, simplemente me veo muy diferente de la mayoría de los residentes de la localidad, cuya ascendencia es una combinación de español, aymara, quechua, mapuche, afro caribeño y chino. Durante mi primera semana en Alto Hospicio, una mujer me detuvo cuando pasaba cerca del centro comercial de la ciudad.

—¡Pareces norteamericana! —afirmó con naturalidad, y luego se fue sin esperar una respuesta.

Más allá de la simple sorpresa que a veces provoca mi apariencia física, como mujer soltera no soy digna de confianza. Cuando comencé a desarrollar relaciones con personas en Alto Hospicio, a menudo se confundían porque no tenía pareja ni niños. Aunque muchas personas dejan a la familia en otros países o regiones de Chile cuando migran a la zona, generalmente se mudan con al menos un miembro de la familia. El hecho de que yo viviera sola despertó sospechas. A medida que mis conversaciones con nuevos contactos se desarrollaban, con frecuencia me interrogaban sobre mis relaciones sociales, como si buscaran un vínculo con alguien de la comunidad que pudiera darme algo de legitimidad.

Por supuesto que lo encontré frustrante, no solo porque como antropóloga mi trabajo depende del desarrollo de las relaciones con las personas en la comunidad, sino también porque sabía que viviría en Alto Hospicio durante 15 meses y esperaba desesperadamente hacer amigos. Sin embargo, sin ningún tipo de relación social evidente, la gente no confiaba en mi.

Después de frustrantes intentos de hacer amigos personalmente, me uní a un grupo de Facebook llamado “Todo lo que sucede en Alto Hospicio”. Escribí un mensaje público:

—Hola, soy una antropóloga que estudia las redes sociales en Alto Hospicio. Si alguien quisiera participar en mi estudio, o incluso asesorar a una recién llegada en Alto Hospicio, por favor escríbame un mensaje o responda en los comentarios.

Miguel, el administrador del grupo, rápidamente me envió una solicitud de amistad y me ofreció ayuda. Me conectó con otros hospiceños en Facebook y regularmente me enviaba anuncios para eventos. Después de dos meses de comunicación en línea, me invitó a ver una película con su grupo de amigos. Acepté feliz, llegando a ser un miembro regular del grupo. Más tarde, Miguel me dijo que cuando vio mi publicación en Facebook, sospechó de ella. Hizo clic en mi perfil de Facebook y pensó:

—¿Qué está haciendo una gringa como esta en Alto Hospicio?

Sin embargo, su curiosidad prevaleció y entabló una conversación conmigo.

—Estaba nervioso de encontrarme contigo la primera vez porque no sabía qué esperar. Estaba bastante seguro de que eras una persona real, pero no del todo. Pensé que tal vez no lo eras. Posiblemente era un perfil falso. Pero luego te vi caminando hacia mí y recuerdo haberme sentido realmente aliviado.

Como no entendía las suposiciones de quién vive en Alto Hospicio, primero experimenté barreras sociales. Si bien la mayoría de los individuos tienen extensas redes sociales, aquellos que están fuera de sus círculos a menudo son considerados objetos de sospecha. Como en mi caso, las redes sociales a veces posibilitan formas de confirmar la autenticidad de una persona.

Para los migrantes más recientes a Alto Hospicio, las redes sociales pueden ser una vía importante para establecerse en la comunidad. Del mismo modo, la ausencia de redes sociales, particularmente entre los hospiceños más empobrecidos, actúa como una barrera más para su integración en la vida social. Todo esto se debe a que en Alto Hospicio, como en muchos otros contextos¹, las relaciones que los individuos mantienen con otros miembros de la comunidad son precisamente lo que los hace parte de ella. Y la visibilidad de estas relaciones, ya sea en la vida diaria o en las redes sociales, es esencial. Sin vínculos visibles uno permanece como un extraño.

La visibilidad de las relaciones en las redes sociales, principalmente en Facebook, funciona como un modo de autenticación en el que los miembros

¹ Strathern, M. 1988. *The Gender of the Gift: Problems with Women and Problems with Society in Melanesia*. Berkeley, CA: University of California Press.

de la comunidad se reconocen mutuamente como personas similares, dignas de confianza y parte legítima de la comunidad. En esencia, las relaciones son fundamentales para las nociones de pertenencia que permiten a los individuos identificarse a sí mismos y a otros como buenos ciudadanos locales. Al hacer visibles las diferentes formas de relación, los hospiceños resaltan la familia y la amistad, de hecho solidifican y expanden estas relaciones. Al visibilizar estas relaciones a través de las redes sociales, reivindican su pertenencia y anuncian públicamente lo que significa actuar como “buenos ciudadanos” en línea.

Sospecha, autenticidad y visibilidad

La sospecha fue un tema habitual en Alto Hospicio. El padre Mateo, un sacerdote católico local, me explicó su perspectiva. Había ido a su encuentro en su pequeña casa de *Autoconstrucción*, uno de los barrios más pobres. Mientras me servía el té, expliqué mi proyecto sobre las redes sociales. Pensó por un momento y luego respondió:

—Bueno, supongo que es bueno que las personas sean sociables, incluso si están en línea. La gente no habla con sus vecinos aquí. No hay confianza.

La mayoría de las personas usan sus teléfonos inteligentes mientras están en el hogar o en el trabajo. Es raro ver a alguien usándolo mientras camina por la calle o se sienta en una plaza. Incluso en restaurantes y tiendas, la gente rara vez los mira. Igualmente cuando se viaja en transporte público. El viaje en autobús desde Alto Hospicio hasta el centro de Iquique dura unos 45 minutos, lo que siempre me parecía el momento perfecto para ponerse al día en las redes sociales. Sin embargo, la mayoría de los pasajeros escuchan música, duermen, comen bocadillos o hablan con sus compañeros en lugar de usar sus teléfonos.

Un día en el mercado central hablé con un grupo de vendedores sobre teléfonos inteligentes. Pregunté específicamente por qué tan poca gente los usa en espacios públicos, y respondieron que la gente tiene miedo de que alguien les arrebatara el celular.

—A veces directamente de tus manos —dijo una mujer que vende chaquetas en su puesto.

—Oh, los carteristas están por todas partes en Alto Hospicio —agregó su amiga, que vende útiles escolares para niños—. Creo que a cerca del 75% de las personas les roban algo anualmente.

Figura 4.1
Meme de dibujos animados que representa el estereotipo de *flaites* en Alto Hospicio



La estimación de esta vendedora es incorrecta de acuerdo con los informes oficiales del crimen², sin embargo, existe una percepción generalizada de que en Alto Hospicio nunca se está a salvo de los carteristas. Al menos una vez a la

² El “Anuario de Estadísticas Criminales Fundación Paz Ciudadana” informó sobre las estadísticas criminales de 2007 (el año más reciente disponible) que hubo alrededor de 1,000 robos sin fuerza o violencia (tipo carterista, asumido como algo común), lo que significa que la tasa reportada de víctimas fue solo de poco más de un uno por ciento (asumiendo una población de 100,000). Esta tasa fue consistente con otras ciudades importantes en Chile. Sin embargo, en forma anecdótica, la mayoría de los individuos tenían historias de robo de experiencias personales, y muy pocos informaron sobre los crímenes, sintiendo que hacerlo no tuvo ningún resultado. Esto sugirió que las tarifas oficiales no se correspondían con las tasas reales de robo. Scarpa, M. S., ed. 2008. “Anuario de Estadísticas Criminales Fundación Paz Ciudadana”. Santiago: Fundación Paz Ciudadana. Disponible online en http://www.pazciudadana.cl/wp-content/uploads/2013/07/2009-01-20_Anuario-de-estad%C3%83%C2%ADsticas-criminales-2008.pdf.

semana, veo la publicación de algún amigo en Facebook que dice que fue atacado y que le robaron su teléfono móvil. Incluso el Padre Mateo me lo mencionó, lamentando cuán común es el hurto en Alto Hospicio, mucho más que en otras comunidades chilenas donde ha trabajado. Verdadera o falsa, esta percepción tiene ciertamente un efecto profundo en los discursos y el comportamiento locales.

Incluso cuando publiqué el primer mensaje en la página de Facebook “Todo lo que sucede en Alto Hospicio”, las respuestas revelaron las formas en que los residentes conceptualizan el peligro en la ciudad. Varias personas me dijeron que tuviera cuidado al publicar consejos sobre qué cuadras eran peligrosas para caminar solos (incluso durante el día) o qué vecindarios estaban llenos de traficantes y *flaites*. Otros publicaron advertencias tales como: “nunca vayas a la casa de nadie”; “no comas ni bebas nada que alguien te dé”; o, “solo usa radio taxis regulados. Los que llamas pueden robarte”.

Muchas personas están permanentemente preocupadas por el robo de sus cosas en sus automóviles, incluso artículos aparentemente sin valor como botellas plásticas de agua medio llenas, así como por el robo del automóvil. Los sistemas de seguridad de automóviles están tan presentes en Alto Hospicio que uno debe aprender rápidamente a dormir en medio de los pitidos y bocinazos de las alarmas. Jhony, miembro del Zorros Rojos Motor Club, estaba particularmente preocupado porque los bolivianos le robaran su Jeep.

—Es un vehículo con tracción en las cuatro ruedas, así que si lo roban pueden pasarlo por la frontera, en medio del desierto, para evitar los puntos de control, y luego se van —me explicó.

La desconfianza local también se vio fuertemente influenciada por la historia del “Psicópata de Alto Hospicio”, que secuestró, violó y asesinó a 14 mujeres jóvenes en 1999 y 2000, arrojando sus cuerpos a un pozo abandonado en el desierto. Cuando sus padres informaron que las adolescentes habían desaparecido, la policía se negó a investigar. Debido a que las niñas pertenecían a familias muy pobres, la policía creyó que lo más probable era que hubieran huido para prostituirse o unirse al comercio de narcotraficantes como “mulas” en Perú. Utilizando los estigmas de la actividad ilegal asociada con la pobreza, la policía eludió su responsabilidad de investigar y las desapariciones continuaron. Incluso cuando las familias de las jóvenes intentaron involucrar a los investigadores a nivel nacional, la fuerza policial de investigación ignoró sus peticiones. Solo después de que la última víctima potencial escapó de su agresor, las fuerzas del orden comenzaron a buscar a un sospechoso. Cuando la policía eventualmente atrapó al “Psicópata”, descubrieron que era un inmi-

grante relativamente reciente de la región central de Chile: un recién llegado que tenía pocas conexiones en la comunidad.

Lo particularmente significativo en ambas historias fue que el personaje sospechoso era un extraño. Estos discursos se basaban en estereotipos de desconfianza. Los bolivianos probablemente roban autos; los recién llegados pueden potencialmente secuestrar niños. Los residentes de Alto Hospicio, que todavía es un lugar con una población migrante considerable, frecuentemente desconfían de los que no conocen. La sospecha que desperté cuando llegué a Alto Hospicio fue otro ejemplo de cómo los lugareños ven a las personas desconocidas, poco confiables y posiblemente peligrosas, hasta que tienen un mayor conocimiento de quiénes son, sus objetivos y, lo más importante, sus conexiones con la comunidad.

La forma en que las personas describen el uso de las redes sociales refleja esta mentalidad. Los extraños no son de fiar. Sin embargo, los amigos comunes tienen la capacidad de transformar a alguien extraño en un amigo potencial. Cuando Miguel hizo “sugerencias de amigos” en Facebook para poder agregar a sus amigos a mi cuenta, pocas personas rechazaron mi solicitud. Sin embargo, cuando solicité personas sin amigos comunes casi siempre me rechazaban.

En particular, los hospiceños mayores desconfían de los falsos personajes y criminales que buscan víctimas en línea. Si bien muchos usuarios adolescentes crean perfiles falsos para hacer bromas a sus amigos, los hospiceños mayores estigmatizan este tipo de perfiles. Son particularmente desconfiados de las relaciones en línea y a menudo vuelven a contar las historias que han escuchado sobre los estafadores que utilizan archivos falsos para atraer a personas inocentes con el fin de estafarlos. Rodrigo y Gabriel, dos hombres de mediana edad que trabajan en el puerto de Iquique, conversaron sobre las redes sociales una tarde mientras se detenían para almorzar en el comedor de la compañía.

—Hay muchas personas, hablan muy bien, pero cuando están en persona cambian su forma de ser. Hay criminales así. Violadores y extorsionadores. Buscan víctimas en línea. Es por eso que esta tecnología no es buena —advirtió Rodrigo.

La verdad es que en todas mis entrevistas y encuestas, no conocí a nadie que haya sido estafado en línea. El único ejemplo de deshonestidad en línea que encontré vino de Jhony. Me explicó cómo una vez había desarrollado una relación romántica en línea con una mujer brasileña a quien luego descubrió que le había mentado; le había enviado fotos de otra mujer que había tomado de un sitio web. Sin embargo, incluso este nivel de subterfugio parece ser una experiencia rara entre los hospiceños. Aun así, proliferan las sospechas y los discursos de

peligro en línea. Esta sospecha es el motivo por el cual la autenticidad en línea se convierte en una preocupación fundamental para los hospiceños.

“Autenticidad” es un término muy parecido a normatividad, que puede definirse de varias maneras, dependiendo del contexto y de los objetivos de la persona que usa la palabra³. El concepto de autenticidad no indica una “esencia inherente”, pero es relacional; se basa en el contraste que las personas en ese contexto consideran falso o engañoso. La autenticidad puede establecerse mediante la forma en que las personas se representan a sí mismas a través de varios métodos de comunicación⁴, que incluyen el lenguaje hablado y escrito, el estilo personal y los modos visuales de representación que mencioné en el capítulo 3.

Para los hospiceños, las redes sociales son un espacio para representarse auténticamente, como son en la vida cotidiana. Esto no significa necesariamente que divulgan sus secretos más profundos para ser genuinamente ellos mismos, sino que emplean ciertas tácticas para distinguir entre realidad y arte. No estoy sugiriendo que en las redes sociales todos los lugareños digan siempre la verdad, ni que nunca se empleen nociones de fantasía ni se expresen fuera de los límites de la normatividad local. Por el contrario, presentar un sentido de autenticidad como hospiceño está en la manera predominante del uso de las redes sociales. En términos visuales, esto significa que los programas correspondan a las expectativas locales de visibilidad, por ejemplo, fotografías reconocibles tomadas en Alto Hospicio e Iquique, compartiendo memes y casi siempre comentados con humor.

Seguir tales normas sirve para afirmar la pertenencia de un individuo, aunque para los hospiceños demostrar relaciones es la forma más directa de presentarse a sí mismos como familiares en lugar de extraños. En muchos contextos, la amistad entre extraños puede llevar a un aumento del estatus y, a veces, es una razón esencial por la que las personas usan las redes sociales⁵. Sin embargo, en

³ En la literatura académica, la autenticidad a menudo se refiere a valores de continuidad cultural y un sentido de prácticas culturales prístinas, genuinas y tradicionales. Ver Her-
vik, P. 1999. “The Mysterious Maya of National Geographic”. *Journal of Latin American
Anthropology* 4(1): 166–97; Handler, R. 1986. “Authenticity”. *Anthropology Today* 2(1):
2–4. Mi uso sigue más de cerca las nociones de autenticidad que se centran en lo que
cuenta como “genuino” para un propósito determinado. Ver Bucholtz and Hall, 2005.
“Identity and Interaction”.

⁴ Bucholtz and Hall, 2005. “Identity and Interaction”. 601.

⁵ Ver Venkatraman, S. Forthcoming. *Social Media in South India*. London: UCL Press; Mc-
Donald, T. Forthcoming. *Social Media in Rural China*. London: UCL Press.

Alto Hospicio, considerar a alguien un extraño puede resultar en exclusión social: rechazo de amigos, eliminación o al menos ignorar al usuario “no auténtico”. Los extraños son objeto de sospecha: solo aquellos que pueden ser autenticados a través de algún aspecto de sus perfiles en línea son lo suficientemente confiables como para aceptar su amistad o interactuar.

La autenticidad depende en gran medida de la visibilidad de las relaciones con los demás en la comunidad, y las redes sociales son fundamentales como espacio en que los hospiceños hacen visibles estas relaciones. Como Papacharissi sugiere, Facebook es “el equivalente arquitectónico de una casa de vidrio”⁶. Sabiendo que los mensajes de las redes sociales pueden ser vistos por los miembros de la comunidad, los usuarios realizan sus vínculos sociales con y para los demás⁷. Sin embargo, estas representaciones de autenticidad no son simplemente un producto de las redes sociales; los antropólogos han documentado la importancia de la visibilidad en las relaciones mucho antes de que se inventara Internet, o incluso las computadoras⁸. Las redes sociales no revolucionan estas relaciones; su importancia radica en proporcionar un nuevo medio en el que se pueda etiquetar y visibilizar. Particularmente en el contexto de la sospecha relacionada con la posición marginada de la comunidad, las redes sociales son claves para mostrar las formas en que se produce la autenticidad, como parte de la creación de un sentido de pertenencia y de un concepto amplio de ciudadanía.

⁶ Papacharissi, Z. 2009. “The Virtual Geographies of Social Networks: A Comparative Analysis of Facebook, LinkedIn and AsmallWorld”. *New Media and Society* 11(1–2): 199–220, 215.

⁷ Ver Boyd, D. 2011. “Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications”. Papacharissi, Z., ed. *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. 39–58. New York: Routledge; Lee, C. K. M. 2011. “Micro-Blogging and Status Updates on Facebook: Texts and Practices”. Thurlow, C. and Mroczek, K., eds. *Digital Discourse: Language in the New Media*. Oxford: Oxford University Press. 111–128; Hillewaert, S. 2015. “Writing with an Accent: Orthographic Practice, Emblems, and Traces on Facebook”. *Journal of Linguistic Anthropology* 25(2): 195–214.

⁸ Strathern toma un enfoque de la antropología basado en la relación en lugar de en la sociedad, llamando a las relaciones el “eje de la acción social”. Ella considera la visibilidad de la relación como fundamental para su importancia. De manera similar, el enfoque de Jacobson para investigar sobre la amistad enfatiza el aspecto situacional. Él no solo se preocupa por la amistad constante y sus características, sino también por el proceso de etiquetado, es decir, con las situaciones en las que una persona da y le quita la etiqueta de “amigo”. Ver Strathern, 1988. *The Gender of the Gift*; Jacobson, D. 1975. “Fair Weather Friend: Label and Context in Middle Class Friendships”. *Journal of Anthropological Research* 31(3): 225–34.

Las relaciones familiares en las redes sociales

En Alto Hospicio, la vida social se centra en espacios privados tales como el hogar. En lugar de encontrarse con amigos en el bar local el viernes por la noche, los hospiceños invitan a algunas personas a sus casas. Celebran eventos importantes en un asado con la familia extendida en la casa, en lugar de una comida elaborada en un restaurante. Los hospiceños ven partidos de fútbol importantes en la cocina, bebiendo latas de cerveza Escudo con familiares y amigos. Incluso los matrimonios suelen ser muy familiares en lugar de grandes celebraciones comunitarias.

Esta intimidad de los eventos implica que con frecuencia Facebook es una de las formas públicas más visibles donde las personas interactúan, especialmente los niños que no asisten a la escuela. Las relaciones, ya sea entre miembros de la familia, parejas románticas o amigos, permanecen fuera del ojo público. Debido a esto, es importante demostrar activamente estas relaciones en las redes sociales.

La familia suele ser la institución más importante en la vida de los hospiceños. La mayoría de las familias tienen tres o cuatro generaciones viviendo juntas, a menudo con uno o ambos padres, sus hijos adultos, sus otros hijos y sus nietos, todos en la misma casa modesta. Las familias comen juntas y comparten recursos financieros. En general, se espera que todos ayuden con el trabajo físico y emocional del grupo, ya sea que implique cuidar niños o ayudar con proyectos de construcción de viviendas. Las familias ven películas en reunión, salen a la playa o a eventos en Iquique o simplemente pasan el tiempo charlando después de las comidas. En general, los padres y los niños son cercanos desde el punto de vista emocional, y parece que hay poco resentimiento hacia los padres que no sean las quejas habituales de los adolescentes de no poder quedarse hasta tarde o realizar actividades recreativas antes de terminar el trabajo escolar. Mientras algunos padres y abuelos sienten que las redes sociales se han convertido en una barrera para los tipos de intimidad que las familias compartían, la mayoría acepta con orgullo las redes sociales como una forma de conectarse más con sus familias y expresar el amor familiar.

En promedio, los encuestados dijeron que alrededor del 30 por ciento de sus amigos de Facebook eran familiares⁹. Casi todos los menores de 50 años tenían al menos un padre como amigo en Facebook, y el 80 por ciento eran

⁹ El sesenta y tres por ciento eran amigos de su madre en Facebook y el 48 por ciento de su padre. Para aquellos que no son amigos de sus padres en Facebook, a menudo es porque sus padres aún no tienen cuentas.

amigos de sus hermanos y hermanas. Por supuesto, ser amigos en Facebook no constituye necesariamente una interacción significativa. Sin embargo, mirando el tiempo pasado en Facebook por los miembros de la familia, queda claro que la mayoría interactúa con frecuencia. Tanto las madres como los padres publican grandes cantidades de imágenes de sus hijos (y abuelos de sus nietos), usando estas imágenes en sus fotos de perfil y de portada en Facebook. Los jóvenes entre 20 y 30 años publican fotografías y mensajes en el calendario de sus madres y etiquetan a sus padres con fotos, memes y fragmentos de texto compartidos.

Facebook permite a los usuarios elegir a “familiares” entre sus amigos, y para los hospiceños es una forma de demostrar no solo los lazos familiares sino también las amistades cercanas. En general, la línea entre la amistad cercana y la relación familiar es borrosa, situación que se refleja en las redes sociales. La categoría de “familia”, tanto en las redes sociales como en la vida cotidiana, incluye no solo a varias generaciones de familiares (los lazos de la sangre)¹⁰, sino también a individuos u otras familias “parientes ficticios” que han estado cerca largo tiempo¹¹. La mayoría de las personas eligen incluir a sus padres, hermanos e hijos como miembros de la familia en la página de su cuenta de Facebook, pero está claro que estas listas incluyen también hermanos, hermanas, primos, tías y tíos que no comparten ningún lazo formal de parentesco. Frecuentemente, los mejores amigos de un joven aparecen como hermanos. La hermana menor de un buen amigo podría figurar como prima. Y los ancianos u otros amigos de la familia de generaciones mayores se nombran como tías y tíos. Por supuesto, estas listas reflejan los títulos que los hospiceños dan cara a cara, particularmente a tías y tíos, mostrando la importancia de la familia como la principal unidad organizadora de la vida social. Sin embargo, extender estas designaciones de parientes ficticios a las redes sociales sirve para hacer visibles estas relaciones. Incluir a alguien como miembro de la familia, así como las interacciones visibles, como publicar en su calendario, muestran la fortaleza de la relación a un público más amplio.

¹⁰ Algunos académicos han criticado las nociones de ADN y sangre como íconos de autenticidad en relación y ascendencia. Ver Nelkin, D. and Lindee, S. 1996. *The DNA Mystique: The Gene as a Cultural Icon*. Ann Arbor: University of Michigan Press; Sturm, C. 2002. *Blood Politics: Race, Culture, and Identity in the Cherokee Nation of Oklahoma*. Berkeley, CA: University of California Press.

¹¹ Schneider, D. M. 1964. *A Critique of the Study of Kinship*. Ann Arbor: University of Michigan Press.

En Alto Hospicio, muchos niños (de todas las edades) sienten que es importante mostrar en Facebook un sentimiento de agradecimiento explícito a sus madres. Al hacerlo, no solo se relacionan con su madre, sino que muestran a un público más amplio la rol de un buen hijo. Publican fotografías de la familia realizando actividades en conjunto, como celebrar un cumpleaños, cocinar juntos o simplemente pasar tiempo en casa. La reverencia que una madre recibe de su hijo sirve como forma de identificar al niño como persona respetuosa y respetable.

Al igual que los mensajes comentados en el capítulo anterior, los memes son una manera fácil con que los niños pueden conectarse con sus madres. Muchos reconocen los sacrificios que las madres hacen por sus hijos. Un meme de texto de color rosa y negro sobre fondo blanco declara:

—Mi madre... cambió su hermosa figura por una enorme barriga; cambió su bolso por una bolsa de pañales; cambió sus tranquilas noches por un largo insomnio; cambió su maquillaje por grandes ojeras. Creo que la mujer perfecta existe y se llama mamá.

A veces, las madres responden con un meme similar casi palabra por palabra (ver Fig. 4.2).

Mientras las madres y sus hijos adultos comparten este tipo de memes, los padres de niños más pequeños expresan su satisfacción en las redes sociales al documentar el crecimiento de sus hijos en fotografías y actualizaciones. Y aunque evidentemente estos mensajes expresan una satisfacción sincera, tienen el doble propósito de señalar las etapas de la vida relacionadas con la normatividad y el sentido del buen ciudadano en Alto Hospicio. Aquí los jóvenes frecuentemente se convierten en padres en sus últimos años de adolescencia o al comienzo de la veintena, y el uso de las redes sociales refleja ese momento de las etapas de la vida. Los hospiceños comentan que es muy raro que los jóvenes lleguen a los 25 años sin haber tenido un hijo. Nicole, de veinticuatro años, a menudo se quejaba de que sus padres y los de su novio Martín, los presionaron para que se casaran y tuvieran hijos rápidamente. Cuando le pregunté a Martín sobre esto, me dijo:

—¡Bueno, la gente generalmente tiene hijos a los 13 años aquí!

—No, la edad usual son 20 años. A los 25 se te fue el tren, a los 30 debe ser porque eres muy profesional. A los 35 comienzas a preocuparte. ¡Bueno, al menos eso es lo que dice la gente!

Los resultados de mi encuesta parecían confirmar estas expectativas. Entre las personas de 30 a 39 años, el 100% de los hombres y el 86% de las mujeres tenían al menos un hijo.

Figura 4.2
Meme amor materno



En Alto Hospicio, esperar un bebé es una etapa importante de la vida, pero también sirve para demostrar ante Facebook y otras audiencias de redes sociales, el hecho de entrar en la vida adulta, establecerse y aceptar responsabilidades. Incluso cuando las personas hablan del estereotipo *flaites*, comprueban de que a menudo, después de tener hijos, se establecen para convertirse en “hombres de familia”¹². El hecho de ser padres en Facebook demuestra un cierto nivel de madurez. Tanto los futuros padres como las madres anticipan el nacimiento de su bebé al publicar fotos de los bienes materiales asociados con el bebé, sonogramas, actualizaciones mensuales del tamaño del vientre de la madre e incluso memes humorísticos y dibujos animados dedicados a los niños.

En muchos países, las imágenes de los futuros padres en las redes sociales se anticipan a la llegada de un nuevo miembro de la familia con mucho amor y emoción. Expresan un período de tiempo que reviste un significado social. Las imágenes no solo tratan sobre el tema preciso de la fotografía —qué tan grande puede ser el vientre o la forma exacta del feto en la ecografía— sino sobre lo que representan: más que el disfrute del embarazo, la emoción de

¹² *Flaite* también se puede usar para describir a una mujer, pero en un discurso común, la imagen estereotípica es la de un hombre joven.

prepararse para un futuro hijo. En Alto Hospicio estas fotografías también comunican al público la posición social de los padres (o futuros padres), una vez más con el objetivo de legitimar su estatus de personas confiables y no sujetos a sospecha.

A medida que los niños nacen y crecen, tanto la madre como el padre continúan publicando fotografías de ellos. A menudo, como se señaló anteriormente, incluyen a sus hijos en las imágenes del perfil o imágenes de portada en Facebook. A las jóvenes frecuentemente se les llama “mis princesas” y a los jóvenes “mis gordos”, siempre con orgullo. De hecho, en muchas familias de Alto Hospicio la sensación de que los jóvenes no pueden hacer nada malo existe en tensión con el valor que se le da a ser “bien educado”. En lugar de atenerse específicamente a la educación formal, ser “bien educado” se entiende como tener buenos modales, utilizando el “usted” formal en lugar del “tú” informal al hablar con adultos y, en general, con buen vocabulario. Si bien se hacen amenazas menores, como —no ver televisión mientras comes si no terminas el plato—, generalmente los niños que llegan a escucharlas a menudo las ignoran. Sin embargo, se espera que los niños pequeños se porten bien fuera del hogar: que agradezcan a los adul-

Figuras 4.3 y 4.4
Fotografías del embarazo.



¹³ De manera similar, McDonald escribe que los niños son vistos como “pequeños tesoros” en el norte de China. McDonald, Próximamente. Redes sociales en la China rural.

Figura 4.5
Nuevo meme bebé



tos por las comidas o los obsequios y que jueguen tranquilamente en público. Los niños son valorados como regalos¹³, y su conducta, incluso cuando se han convertido en adultos, repercute en sus padres. En las redes sociales, las madres crean mensajes que expresan el orgullo de que sus hijos sean “buenos niños” que respetan y aman a sus padres, mientras que los niños expresan su orgullo de que los padres son parte de sus vidas¹⁴. Tales representaciones repercuten positivamente en los padres como capaces de criar buenos hijos, retratándolos como buenos ciudadanos.

Representarse positivamente en las redes sociales es especialmente importante en Alto Hospicio porque la pequeña cantidad de espacios públicos limita la visibilidad de las relaciones. Tanto los padres como los hijos adultos pueden

¹⁴ Este afecto familiar que se comparte en las redes sociales no siempre es igual en otros lugares. Miller escribe que en The Glades los adolescentes comenzaron a ignorar a Facebook a favor de Twitter, precisamente porque sentían que no podían escapar a la vigilancia de sus padres que se habían unido más recientemente a Facebook. Ver Miller, 2016. *Redes sociales en una aldea inglesa*.

representar su identidad con un estilo de vida basado en la familia, y así identificarse con los valorados guiones sociales comunes a través de publicaciones en redes sociales que demuestran claramente sus conexiones familiares. Las conexiones familiares visibles funcionan para eliminar sospechas, ya que existe la suposición subyacente de que los padres son más dignos de confianza que las personas sin hijos. Del mismo modo, retratarse a sí mismo como un niño devoto, un padre devoto o que ha criado niños bien educados y respetuosos, refuerza las percepciones de los individuos como miembros valiosos de la comunidad y “buenos ciudadanos”. Y aunque todas las familias tienen sus propias disputas y secretos familiares, en Alto Hospicio el énfasis en línea de la familia parece reflejar la cercanía y la importancia de ella en la vida cotidiana y a puertas cerradas¹⁵.

Sitios de visibilidad en las redes sociales

En Alto Hospicio, la centralidad de los espacios privados para la vida social implica que, además de las relaciones familiares, las relaciones románticas y las amistades también ganan visibilidad de manera destacada en las redes sociales. El padre Mateo me explicó que el matrimonio formal es poco común. Frecuentemente, los jóvenes permanecen solteros porque perciben que los beneficios impositivos y el acceso a la asistencia del gobierno para comprar una vivienda son más fáciles cuando están solteros. Sin embargo, es común que las parejas cohabiten, incluso si están en el hogar de uno de sus padres y tienen hijos juntos. Si bien estos arreglos son públicos, a veces cambiar su estado en Facebook de pololo/a a novio/a o esposo/a puede ser la expresión más pública del compromiso¹⁶. Por ejemplo, cuando Giovanna, de 22 años, fue hospitalizada una semana antes de su matrimonio planificado con Cristóbal, cancelaron la ceremonia nupcial. Más de dos años después todavía no se ha reprogramado y su estado de relación en Facebook siguen siendo “comprometidos”. Para Giovanna y Cristóbal, el matrimonio formal no es tan importante como el reconocimiento comunitario de su relación. Después de tener un hijo en común y de mudarse con los padres de Cristóbal, hay pocas dudas sobre la seriedad de

¹⁵ Para un contraejemplo Ver Venkatraman, S. Próximamente. *Redes sociales en el sur de la India*.

¹⁶ Para un caso similar Ver Sinanan, J. Forthcoming. *Social Media in Trinidad*. London: UCL Press.

la relación. Con la visibilidad de otros aspectos de ella, el matrimonio formal es simplemente innecesario.

Nicole y Martín han sido pareja desde la escuela secundaria; cuando los conocí, la relación había durado unos seis años. En 2013, ambos vivían aun con sus respectivos padres y hermanos, aunque pasaban la mayoría de las noches juntos. La madre de Martín era bastante crítica de este arreglo y a menudo los regañaba diciendo que no deberían pasar la noche juntos antes de tomar la decisión de casarse.

—Es por eso que siempre nos quedamos en mi casa —me dijo Nicole.

Finalmente, la madre de Martín comenzó a cansarlos; una noche de agosto, cuando me invitaron a una cena de pizza casera, me dijeron que habían comenzado a hablar de matrimonio. Una semana más tarde, vi la publicación de Nicole en Facebook: “Sin firmar un documento, sin dar un anuncio previo y sin votos, hemos hecho una promesa”.

Ella subió una foto de las dos alianzas que la pareja había comprado.

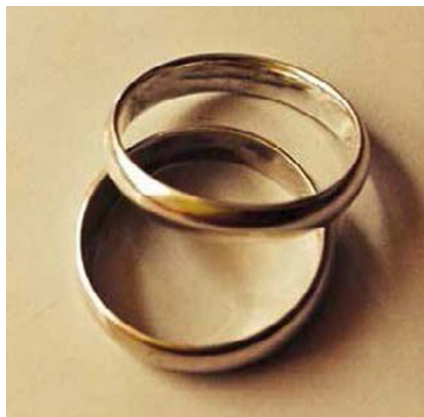
Luego, los dos empezaron a buscar un apartamento, encontraron uno en el mismo complejo de la familia de Nicole. Adoptaron un perro juntos y compraron un automóvil el año siguiente. Hicieron una pequeña “fiesta de bienvenida a la casa” en su apartamento, con muchos refrigerios y combinados de ron y coca—cola, y esa fue la única celebración oficial de su nueva vida juntos. Facebook fue el anuncio más público de su nuevo compromiso.

La importancia de la visibilidad se ilustra mejor en los momentos en que su ausencia crea una brecha. Iliana y Guillermo, ambos en su treintena, habían estado saliendo juntos durante un año y la relación se había vuelto bastante seria, mudándose juntos a un apartamento propio solo unos meses después que comenzaran la relación. Sin embargo, para su primer aniversario Guillermo estaba trabajando en la mina, por lo que lo celebraron en una larga conversación en video usando Skype. Alrededor de las 11 pm Guillermo le dijo a Iliana que la amaba y colgó para poder ducharse antes de acostarse. Luego Iliana decidió escribir un mensaje especial sobre él en su muro de Facebook: “Hace un año, mi vida cambió. Sonreí, reí y pasé tantos días maravillosos junto a la persona que amo. Gracias por cambiar todo, mi amor”.

Esperaba que Guillermo lo viera esa noche y escribiera un comentario con un dulce mensaje para ella antes de irse a dormir. Sin embargo, horas más tarde ni siquiera le había marcado un “me gusta” en el mensaje.

—Seguí viendo a nuestros amigos comunes y comentando, y seguí pensando, ¿Por qué no? ¿Se durmió tan temprano? ¿Así que esperé hasta el día siguiente y

Figura 4.6
La imagen de los anillos que Nicole y Martín publicaron en sus páginas de Facebook



aún no me había puesto “me gusta” en mi mensaje! Tuve que esperar hasta que salió de trabajar a las 8:00 de la noche para hablar nuevamente con él, y me sentí un poco tonta, pero le pregunté al respecto. Me dijo “Oh, no sabía que era para mí”. Pensé: ¿cómo no podría ser para ti? ¿Con quién más estoy tomándome de las manos? ¿A quién más llamo “mi amor”? Así que tal vez fue una tontería, pero lo borré y escribí un nuevo mensaje que decía:

—Es muy triste cuando escribes algo del corazón y la persona para la que está destinado no entiende—. A los dos minutos, comentó:

—Si etiquetas a la persona ella lo sabrá.

—¡Pensé que era tan estúpido! Obviamente, se trata de ti, pero quieres que te etiquete de todos modos. Bien.

Iliana me dijo que desde este incidente ha tratado de etiquetarlo en más publicaciones, pero no siempre se le ocurre. Contó otro incidente que ocurrió unas pocas semanas después de su aniversario.

—Le dije que iba a ir a una fiesta con algunos amigos y me preguntó si mi ex estaría allí. Dije que sí, pero que él también tiene una nueva novia. Le pregunté si se sentiría más cómodo si le dijera explícitamente a mi ex que estaba enamorada de mi nuevo novio, y él me respondió: “Bueno, tal vez si lo pones en Facebook”. Y etiquétame.

Claramente, Guillermo cumple la regla “oficial de Facebook”, a menudo promovido por amigos de nuevas parejas, aquellos que se comprometen o incluso

que anuncian un embarazo. Nada cuenta como “oficial” hasta que se ingrese en el registro público, como lo demuestra su anuncio en Facebook.

Otras parejas parecen expresar en Facebook su relación de forma más natural. Nicole y Martín, por ejemplo, publican regularmente fotos de ellos mismos, a veces en ropa que hace juego, otras besándose frente a la cámara. Casi a diario publican mensajes en las paredes del otro expresando algo como “Te amo, mi chanchito”. o “Solo unas pocas horas sin el amor de mi vida y te extraño”. El uso de apodos comunes como “chanchi” no solo comunica una sensación de intimidad a la otra persona, sino que el uso de estos términos cariñosos también muestra la intimidad de la relación a una audiencia más amplia de usuarios de redes sociales, lo que sirve para afirmar aún más la relación de manera pública¹⁷.

Figura 4.7

Esta caricatura, compartida por Giovanna mientras planeaba su boda, ilustra la mentalidad “oficial de Facebook”



¹⁷ Bruess, C. J. S. and Pearson, J. C. 1993. “‘Sweet Pea’ and ‘Pussy Cat’: An Examination of Idiom Use and Marital Satisfaction Over the Life Cycle”. *Journal of Social and Personal Relationships* 10(4): 609–15.

Figura 4.8
Un collage de fotos que Nicole compartió de ella y Martín



La historia de Carlita y Alex (y su ex) demuestra el otro lado de la visibilidad pública, un caso en el que la visibilidad indeseada causó tensión y celos. Alex y Carlita habían estado saliendo juntos durante varios meses cuando Carlita me dijo que estaba molesta de que Alex todavía estuviera en contacto con su ex pareja. Me dijo que confiaba en Alex, pero sospechaba de su ex porque le escribió “demasiado” en las redes sociales.

—Algunas veces ella llamaba y él sentía que tenía que mantener una conversación corta, porque sabía que yo estaba mirando y escuchando. Pero también ella hacía clic en “me gusta” en cada imagen que él ponía en Facebook. Hacía comentarios y lo llamaba “amor”. Vi que le enviaba mensajes de voz en WhatsApp todo el tiempo. Es decir, no podría decir nada realmente, pero me molestó. Solo pensé, esta mujer que ni siquiera conozco me está faltando el respeto, delante mío. Pero si digo algo, soy la loca novia celosa. Pero últimamente no ha escrito nada, así que está mejorando.

Para Carlita, parte del insulto era que algunos de estos mensajes eran públicos. Mientras que las llamadas telefónicas y los mensajes de WhatsApp eran privados, comentaba de manera evidente en Facebook. Lo más ofensivo

para Carlita era la pretensión de esta otra mujer que era aceptable reconocer públicamente que persistía un vínculo.

Para Carlita, como para la mayoría de los hospiceños, la visibilidad de las relaciones es lo que las legitima dentro de la comunidad. De hecho, hacer que las relaciones sean visibles en las redes sociales no solo comunica algo al público, también tiene la capacidad de transformar un tipo de relación insegura en una más perdurable. En el caso de Carlita, la visibilidad de la publicación de la ex de Alex mostró una aparente precariedad en su relación. Guillermo, por otro lado, esperaba solidificar su relación con Iliana a través de publicaciones, sin dejar ninguna duda en la mente de nadie (especialmente de su ex novio) de que estaban juntos. Para Nicole y Martín, mientras tanto, anunciar su compromiso en Facebook jugó el papel de una boda pública. En cada uno de estos casos, la visibilidad sirvió no solo para afirmar la relación, sino también para confirmar que estas relaciones corresponden a los tipos de guiones sociales que parecen naturales dentro de la comunidad.

Realizar relaciones en ausencia

Si bien presentar relaciones en línea es importante para casi todas las familias y parejas, las redes sociales se vuelven aún más importantes en las relaciones que deben soportar la distancia física. Dada la importancia de la minería en la zona, y los turnos frecuentemente de una semana de duración, en que trabajan los mineros, hay muchas personas (en su mayoría hombres) que pasan largos períodos fuera de casa. En estas situaciones, es particularmente importante que las personas mantengan relaciones románticas o familiares a través de las redes sociales. La comunicación directa, a través de Facebook Messenger, WhatsApp e incluso Skype, son importantes para mantener un nivel personal de conexión durante los tiempos de ausencia. Sin embargo, más allá de la comunicación personal de actualizaciones sobre la vida familiar y las expresiones diarias de amor, el acto de extrañar a una persona es también importante expresarlo públicamente en Facebook.

Ello se manifiesta en un género de publicaciones que declaran públicamente que una persona está extrañando a otra. Muchos mineros publican un recuento diario del número de días de su turno y de los días restantes, junto con una mención de lo que extrañan, como “Hoy 5/7, dos días más hasta que vea a mi amor y mis bomboncitos”. Igualmente, sus parejas y en ocasiones sus amigos,

hermanos o padres, publican su deseo de volver a ver al familiar ausente. Muchos memes lo expresan, siendo compartidos entre los mineros y sus familias. Una semana, cuando Guillermo se fue a la mina, Iliana lo etiquetó en un meme expresando sus sentimientos sobre la próxima semana.

—Cómo voy a extrañarte mi gordi... Espero que los días pasen rápidamente para estar cerca de ti. Que tengas un buen turno, mi amor #Teamohastaelinfinito.

Del mismo modo, cuando las amistades se vuelven más difíciles de mantener personalmente, con frecuencia se trasladan a las redes sociales. Cuando en Alto Hospicio las mujeres llegan a los 20 y 30 años a menudo tienen niños pequeños, lo que implica que están bastante confinadas en el hogar, al menos en la medida que muchas se quejan de su imposibilidad de salir más a menudo. Sin embargo, a esta edad están mucho más en consonancia con sus amigas.

Estas mujeres más jóvenes a menudo publican montajes fotográficos de meses o incluso años pasados, que representan actividades con amigos, por ejemplo, salir de noche, cocinar juntos o ir al cine. Etiquetan a sus amigos y escriben mensajes como: “Conozco a mis mejores amigas desde hace mucho tiempo. Siempre están ahí para mí, y saben que siempre cuento con su apoyo. ¡Gracias, amigas!”. Otras comparten memes que expresan sentimientos similares a los anteriores (figura 4.9).

Cuando Nina, de 32 años, compartió este meme en particular, lo acompañó con el comentario “¡Así es como somos!”. Y etiquetó a siete de sus amigas. Cada una de las amigas etiquetadas, así como algunas otras mujeres que conocían

Figura 4.9
Meme compartido entre amigas

Yo!!!!!!! Soy loca, difícil de entender, no siempre contesto bien, despistada, terca, gritona, a veces intolerante, y muchísimas cosas más. Pero si no aceptas lo peor de mi carácter, seguramente no mereces lo mejor de mí. Desgraciadamente, no todas las mujeres copiarán esto en sus muros pq se creen Ángeles. **A ver cuantas de mis locas amigas se animan a compartirlo.**



el grupo, lo comentaron con un alegre acuerdo. Esta visibilidad entre amigas sirvió para cimentar al grupo y para expresar orgullo por las similitudes con las personalidades de las otras.

En muchos sentidos, la visibilidad de la amistad e incluso de las relaciones románticas en línea crea algunas obligaciones basadas en suposiciones de reciprocidad. Los hospiceños sienten que es importante intercambiar visibilidad en una relación, ya sea una amistad o una asociación romántica, para mantener buenas relaciones. Si un amigo toma la iniciativa públicamente de reconocer la amistad en línea publicando un meme o una fotografía, escribiendo en la pared de un amigo o etiquetando a amigos en una publicación, generalmente esperan que quienes se comprometan reconozcan de igual manera y públicamente la relación. Existen diferentes niveles de obligación y visibilidad. En las amistades casuales, por ejemplo, un mero “me gusta” es suficiente, mientras que para los amigos más cercanos, se espera que publiquen más memes o entablen conversación en los comentarios.

Las amistades entre pares masculinos implican sus propias obligaciones recíprocas, generalmente basadas en el humor burlón en lugar de expresiones de solidaridad más francas. Si bien es raro que los hombres etiqueten a grupos de amigos en una publicación donde destaquen explícitamente su amistad, sí etiquetan a sus amigos o comparten enlaces en sus muros de Facebook de acuerdo con sus intereses particulares. Suelen ir acompañados de un comentario sarcástico, que invita tanto al destinatario como a los amigos en común a que continúen haciendo comentarios sarcásticos u otro tipo de bromas ofensivas aunque ingeniosas¹⁸.

Tanto para hombres como para mujeres, los amigos demandan atención fuera de línea y en línea. Fui testigo o me contaron sobre disputas por negligencia entre amigas y amigos. Un miembro de Zorros Rojos Motor Club fue castigado por todo el grupo después de su ausencia en varias salidas después de comenzar una relación con una nueva novia.

—No fue en el momento en que el grupo me molestó por eso, pero más tarde mi mejor amigo no me devolvió las llamadas. Pensé que era infantil, pero estaba realmente molesto porque no lo había visto en semanas —explicó.

¹⁸ Hillewaert sugiere que cuando los usuarios son conscientes de la naturaleza pública de las publicaciones en redes sociales, se sienten alentados a mostrar la creatividad dentro de sus prácticas lingüísticas, a lo que las audiencias a menudo responden a través de la exhibición de su propia creatividad. Hillewaert, S. 2015. “Writing with an Accent”. 198.

Otros amigos usan las redes sociales para expresar sutilmente su desilusión con amigos que perciben como poco leales. Una mujer me contó que una de sus mejores amigas se había convertido recientemente en amiga de Facebook con la nueva novia de su ex novio.

—Estaba un poco herida. Se suponía que era mi amiga. Sé que a veces todavía ve a mi ex porque eran amigos incluso antes de que comenzáramos a salir. Pero me pareció raro que agregara a esta nueva chica. La próxima vez que vi un meme sobre la amistad, lo compartí y la etiqueté. No solo para recordarle lo cercanas que somos, sino también para mostrarle a esa otra chica que tal vez ella ahora tiene a mi ex novio, ¡pero mis amigas permanecen conmigo!

Para grupos de amigos, las interacciones como etiquetar, comentar y particularmente bromear a través de Facebook fortalecen la amistad, especialmente en tiempos de ausencia, y también las hacen visibles estas amistades, por lo tanto, se posicionan en la comunidad como amigos. Incluso cuando las personas no pueden ver a su amigo o pareja en persona, la relación se puede mantener y hacer visible para efectos de la autenticidad a través de las interacciones en las redes sociales. Esto denota que los hospiceños experimentan ansiedad, celos y expectativas, así como también confianza en las amistades, de la misma manera en línea que lo hacen fuera de línea. Para ellos, la interacción en línea no es solo un pálido reflejo o un medio menos auténtico de expresar relaciones en comparación con la interacción cara a cara. Su involucramiento emocional demuestra que tiene poco valor tratar de separar los aspectos fuera de línea y en línea de sus relaciones; están entrelazados, y las interacciones en un plano se desarrollan a partir de sus interacciones en el otro.

Creando confianza en las redes sociales

Si bien las conexiones con familiares y parejas son importantes para ganar autenticidad dentro de la comunidad, la visibilidad de estas relaciones es particularmente importante cuando se trata de conocer gente nueva. La visibilidad de otras relaciones puede calmar la sospecha, particularmente en nuevas situaciones románticas. Después de que Jhony me describió el romance en línea que tuvo con la mujer brasileña, me dijo que ahora solo busca mujeres a quienes conoce a través de amigos comunes, aunque esto incluye el uso de Facebook.

—Es mucho mejor conocer al amigo de un amigo porque sabes quiénes son. Están cerca y tienen los mismos intereses. Y sabes que son reales.

Aunque dijo que no lo admitiría ante sus amigos, continúa buscando amor en línea.

—Mis amigos también lo hacen, aunque no lo admitan. Antes era Badoo. Ahora las personas usan Facebook, y eso es casi tan bueno como la vida real porque se puede saber mucho sobre la persona. Si no tienen muchos amigos, sospechas. Pero si tienen amigos en común, no hay razón para preocuparte.

El 30% de los encuestados dijo que había salido con alguien que conoció en línea, pero casi ninguno usó aplicaciones o sitios web específicamente diseñados para ese propósito. Miguel, quien también me dijo que ocasionalmente usa las redes sociales para conocer mujeres, explicó:

—La gente no confía en cosas como sitios web de citas, o algo así como Tinder. No se sabe quién es la persona. No puedes ver a sus amigos, o un perfil en la aplicación. Pero la gente confía en Facebook. Si buscas a alguien en Facebook, puedes ver a sus amigos comunes, de dónde son y probablemente sus pasatiempos. Entonces tienes una idea de las personas, quiénes son en realidad. Sabes que no son falsos.

Estos jóvenes sienten que Facebook ofrece una representación mucho más completa de la persona y ver un programa amplio le permite al espectador “autenticar” a la persona al ver su red social: su familia, amigos, colegas y conocidos. Encontrar a un amigo mutuo o conocido en la lista de amigos de la persona reduce la sospecha y aumenta la confianza en que la persona es auténtica, tanto “real” en el sentido de que no está utilizando un perfil falso, como similar al sentir que están ubicados en la misma esfera social. Por otra parte, una breve lista de amigos desconocidos para el usuario devela el nivel de artificio del perfil, indicando que tal vez la persona no es confiable.

En ocasiones, los medios sociales no solo hacen visibles las redes sociales, sino que facilitan su expansión. Más importante que escribir estados, o incluso publicar fotografías, memes, videos o enlaces a sitios web de interés, las relaciones se fomentan a través de los comentarios en los que participan las personas. No es inusual encontrar una actualización del estado en una sola frase que tiene más de 20 comentarios de hospiceños. Muchos comentarios son positivos y de apoyo. Cuando una mujer joven publica una nueva imagen profesional, generalmente recibe comentarios de todos sus amigos cercanos y parientes que expresan esencialmente lo mismo: “¡Oh hija / sobrina / amiga / prima, te ves tan linda y feliz!”. Cuando alguien expresa una queja, por ejemplo, los vecinos que tocan música demasiado fuerte, los comentarios generalmente van desde “¡Qué

molesto!” hasta “¿Te presto mis altavoces grandes para mostrarles que tu música es mejor?”. Estos comentarios generalmente cumplen una función de mantenerse en contacto y apoyar a amigos y familiares, simplemente recordándoles que sus amigos de Facebook están atentos y cuidándolos.

Otros comentan de manera cómica y burlona, en especial los amigos varones, como mencioné anteriormente. Álvaro, cuando regresaba a Alto Hospicio de visitar a su familia en Santiago, escribió un mensaje de una sola palabra: “Viajando”. El primer comentario era puramente informativo, preguntaba “¿De dónde a dónde?”. Y Álvaro contestaba con una respuesta igualmente simple “Santiago-Alto Hospicio”. Pero a partir de ahí la conversación cambió.

—Primo de Álvaro: ¿Te inyectaron para viajar?

—Álvaro: Sé que preguntar tendrá consecuencias negativas, pero no. ¿Qué tipo de inyecciones?

—Primo de Álvaro: Jajá, a todos los animales cuando viajan les ponen inyecciones para dormir. Ten cuidado, los problemas son complicados para los animales que no se inyectan. ¡Buena suerte en tu viaje!

Después de este intercambio inicial, aparecieron 20 comentarios más: de los otros primos, amigos e incluso de la madre de un amigo de Álvaro. Todos siguieron la broma de que carecía de ciertos atributos “civilizados” y que debía tratarse como un animal mientras viaja.

Este tipo de lenguaje burlón es similar a los insultos rituales como “joning” o “signifyin” que los lingüistas debaten a propósito de las comunidades de habla vernácula afroamericana (AAVE por su sigla en inglés). Cuando tienen éxito, estos juegos de lenguaje demuestran habilidades verbales (en el caso de Facebook o Twitter¹⁹) y estatus social²⁰. Los hablantes y la audiencia comparten el

¹⁹ Florini, S. 2013. “Tweets, Tweeps, and Signifyin: Communication and Cultural Performance on ‘Black Twitter’”. *Television New Media* 15(3): 223-37.

²⁰ Ver Goodwin, M. H. 1990. *He-Said-She-Said: Talk as Social Organization Among Black Children*. Bloomington, IN: Indiana University Press. 185-9; Heath, S. B. 1983. *Ways with Words: Language, Life, and Work in Communities and Classrooms*. Cambridge: Cambridge University Press; Labov, W. 1972. *Language in the Inner City: Studies in the Black English Vernacular*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press. 306; Smitherman, G. 2000. “‘If I’m Lyin, I’m Flyin’: The Game of Insult in Black Language”. *Talkin that Talk: Language, Culture, and Education in African America*. New York, NY: Routledge. 223-30, 225; Morgan, M. 2002. “Language, Power, and Discourse in African American Culture”. *Studies in the Social and Cultural Foundations of Language* 20. Cambridge: Cambridge University Press. 5 6-7.

entendimiento de que lo que se dice está abierto a la evaluación de su habilidad en el juego verbal²¹. Sin embargo, a diferencia de los insultos rituales de AAVE, en el contexto de los hospiceños en Facebook, la capacidad de hacer una replica ingeniosa no es necesaria. Como Álvaro demostró en su respuesta, entendió que era una broma —sé que preguntar tendrá consecuencias negativas— pero ello no evitó su respuesta ni tampoco lo hizo negar el poder de la broma inicial. En cambio, el significado se negocia y luego se recrea con otros comentarios, en un esfuerzo de grupo que refuerza los vínculos sociales. Además, estos intercambios se basan en el conocimiento común local (como la suposición (incorrecta) del primo de Álvaro de que todos sabrían que los animales eran inyectados para viajar), lo que resalta la importancia de la comunidad dentro de estos intercambios²².

También es digno de mención que estos intercambios se expresan como comentarios en lugar de ser mensajes privados. Tal burla está dirigida no solo al sujeto de la broma sino también a un público más amplio, jugando con el saber cultural compartido²³. Y en Alto Hospicio, esta forma humorística de intercambio casi siempre hace gran uso de las convenciones de la lengua chilena, otra forma de marcar la autenticidad como miembro de la comunidad lingüística. La capacidad para otros de agregar al chiste, o incluso simplemente responder con “jajaja”, crea un espacio común para que las personas conversen de una manera lúdica. En efecto, casi todos los comentarios, ya sean explícitamente positivos o bromistas, sirven para crear cohesión, no solo entre quien escribió el mensaje y el comentador, sino entre todos los que comentan. En el caso de

²¹ Hillewaert sugiere que cuando los usuarios son conscientes de la naturaleza pública de las publicaciones en redes sociales, se sienten alentados por la creatividad dentro de sus prácticas lingüísticas, a que las audiencias a menudo responden a través de la exhibición de su propia creatividad. Ver Bauman, R. 1875. *Verbal Art as Performance*. Rowley: Newbury House Publishers. 293.

²² Ver las redes sociales como acciones nos señala la importancia de las formas en que las audiencias toman en cuenta las publicaciones de Facebook. Si bien Goffman define estas acciones como actividades que tienen influencia sobre los observadores, Hymes insiste más específicamente en que el desempeño debe ser instanciado por miembros de una comunidad que tienen acceso al conocimiento popular. Por lo tanto, la comunidad adquiere una importancia central al pensar en la publicación de las redes sociales como el rendimiento, y la naturaleza pública de esa actuación es esencial para la expresión de los vínculos sociales y la vida social. Ver Goffman, 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*; Hymes, D. 1981. *In Vain I Tried to Tell You*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

²³ Labov, 1972. *Language in the Inner City*. 304–6.

Álvaro, muchas de las personas que comentaron no se conocían personalmente. Sin embargo, jugaban entre sí para crear una broma más compleja al interior de un amplio grupo social.

Este tipo de cohesión tiene impactos que se extienden también más allá de las redes sociales. La comunidad se crea no solo mediante el apoyo de amigos sino también en las instancias en las que los amigos de amigos comienzan a relacionarse entre sí. Varias personas me dijeron que primero “conocieron” a un amigo al ver sus comentarios en las publicaciones de Facebook de un amigo mutuo. A veces podían bromear o basarse en las bromas de los demás en el espacio de comentarios de Facebook. Como lo expresó Miguel:

—Si tienes un amigo y escribe algo divertido, podrías comentarlo. Y luego, amigos de amigos, personas que no conoces, pueden ver este comentario y tal vez puedes entablar una conversación con esa persona. Al final verás que siguen comentando las mismas publicaciones y se convertirá en amigo de Facebook. A veces me ha sucedido, y luego termino en una fiesta con esa persona y es casi como si ya fuéramos amigos. Después podríamos hacer actividades juntos y llegar en efecto a ser amigos.

Al crear un diálogo semipúblico, visible para amigos de amigos que a menudo se unen en estos intercambios de bromas, estos individuos se convierten en amigos potenciales y, a veces, en verdaderos amigos. A su vez, convertirse en amigos de Facebook los lleva a participar personalmente en actividades, ya sea compartiendo comidas, deportes, salidas o cualquier otra actividad de ocio. Tener más conocidos locales ayuda también a encontrar un nuevo trabajo, comprar y vender artículos usados en línea, o incluso en la búsqueda de socios potenciales.

Auténtica ciudadanía en línea

Las interacciones en Facebook mantienen activas las relaciones, la comunicación y los vínculos sociales en Alto Hospicio. También construyen comunidad a través de la creación de nuevas relaciones. Las publicaciones en redes sociales sirven como indicadores visuales de estas relaciones, que luego autentifican con otras personas en la comunidad. En una comunidad marginada, donde la sospecha a menudo actúa como una barrera para los sentimientos de pertenencia a una comunidad de parte de la ciudadanía conectada, esta visibilidad es vital. Proporciona una manera de garantizar la autenticidad individual a fin de desarrollar confianza.

Cuando le pedí a hospiceños que me enviaran *selfies* para incluir en este libro, ni una sola persona me envió una foto sin indicaciones. Los hombres me enviaron fotografías de ellos mismos con amigos, mujeres con sus hijos o sobrinas y sobrinos, y adolescentes con sus compañeros de clase. El mensaje fue claro: los individuos ven las relaciones como más definitorias de “quiénes son” que cualquier forma de expresión individual. Incluso la *selfie* —con frecuencia considerado como el mejor ejemplo de egocentrismo en las redes sociales— en Alto Hospicio es una forma de representar al yo como vinculado a relaciones con los demás. No conscientemente, cada persona decide visibilizar sus relaciones para aparecer como un personaje auténtico en las redes sociales, pero también juzgan a los demás con estos criterios, perpetuando el guión social.

Los hospiceños presentan públicamente en las redes sociales interacciones de relaciones familiares (ya sean de sangre o ficticias), relaciones románticas y amistades. La importancia que otorgan a la visibilidad en línea de cada una de estas relaciones refleja las formas en que las conexiones con otras personas son claves para lo que significa ser parte de esta comunidad. Debido a que las relaciones son importantes para mantener la normatividad imperante de Alto Hospicio, estos guiones sociales tienden a reforzar los discursos de homogeneidad muy claros en las discusiones sobre raza y clase (como se discutió en el capítulo 1), así como de género (que explorará el capítulo 5). Así, la visibilidad de las relaciones en línea se convierte en un componente clave de la normatividad de Alto Hospicio, no porque exista una conexión inherente entre las relaciones y la normatividad sino porque en este contexto ambas constituyen una representación como miembro integrado de la comunidad y “buen ciudadano”. Además, como queda claro que la práctica de hacerse amigo de un conocido mutuo, una vez que se autentifica a un individuo como miembro de la comunidad, se confía en que se lo incluya en los nuevos círculos sociales mucho más fácilmente. En esencia, las redes sociales actúan como un vehículo para construir y mantener relaciones así como un modo de reforzar las normas locales, la ciudadanía y la idea misma de comunidad.

CAPÍTULO V

TRABAJO Y GÉNERO: PRODUCIR NORMATIVIDAD Y COMPRENSIÓN DE GÉNERO

Un día, mientras recorría las publicaciones, noté una controversia en el muro de Facebook de Omar, de 31 años. Había publicado un texto intentando evocar una mezcla de sinceridad y humor, sobre su visión para el futuro.

—Se busca: mujer que cocine su almuerzo y limpie la casa. Debe trabajar, comprar la comida e invitarme a salir de vez en cuando. También puede comprarme una Xbox. ¡Envíame un mensaje!

Varios hombres publicaron comentarios de apoyo o “me gusta” en la publicación, pero algunas de las amigas y conocidas de Omar escribieron comentarios que lo acusaban de ser *flaite*, o lo criticaron por ese posteo. Uno se quejaba de los hombres en general:

—¿Por qué los hombres piensan que pueden ser flojos y que alguien se ocupará de ellos? Eres perfectamente capaz de trabajar ¡Es hora de ir a buscar trabajo!

Entonces otros hombres respondieron que las mujeres eran perfectamente capaces de trabajar también, sin embargo, nadie se queja cuando una mujer se va a vivir con un hombre y permite que la mantenga.

Si bien este argumento no se resolvió en los comentarios en el muro de Facebook de Omar, revela algunas de las suposiciones culturales profundas que circulan en Alto Hospicio. Estas suposiciones mantienen que existe una especie de relación simbiótica entre hombres y mujeres. Los hombres casi siempre trabajan fuera del hogar y las mujeres a menudo mantienen el funcionamiento diario de la casa. Limpian, cocinan para la familia, llevan a los niños a la escuela, crían a los más pequeños, van a las oficinas de servicios públicos para pagar las facturas de agua, electricidad, cable y teléfono, y organizan la vida cotidiana de la familia. Los hombres trabajan largas horas para asegurarse de que haya suficientes ingresos para mantener el hogar en funcionamiento. A veces, las mujeres también trabajan fuera del hogar, pero cuando están con un compañero, estos trabajos

se consideran usualmente como ingresos suplementarios¹. La vida cotidiana de las personas, y por lo tanto su auto comprensión, se ve profundamente afectada por esta división laboral en cuanto al género.

Omar había abandonado recientemente su trabajo de minero debido a problemas crónicos de salud agravados por la gran altitud de la mina y estaba considerando otras opciones laborales. Almorcé con él y con su madre Ximena un día, y con un cuenco de arroz y lentejas, ella le preguntó:

—Gordo, ¿cuál es tu plan para conseguir un trabajo?

Él contestó con frustración, enumerando algunas posibilidades. Luego cambió su canción:

—¡Espera, espera! Constanza (su hermana) nunca ha tenido un trabajo. Y tiene dos hijos. Nunca le preguntas cuándo va a trabajar. ¿Por qué a mi si?

Ximena se rió y le recordó que Constanza tenía un novio que también trabajaba en la mina y se ocupaba de ella y de sus hijos.

—Y además necesito que me cuides. ¡Me estoy haciendo vieja! —agregó.

Como han mostrado los capítulos anteriores, los guiones sociales en Alto Hospicio están profundamente cargados de expectativas de homogeneidad, en términos de clase, raza, educación, acceso a recursos e incluso aquello que es aceptable ostentar. Sin embargo, las formas de normatividad basadas en el género están profundamente arraigadas en la vida social y económica de hospiceños. La publicación de Omar demuestra las formas en que las diferencias en las expectativas para las mujeres y los hombres se adhieren a los guiones sociales normativos en torno al género, la sexualidad, las familias y el trabajo. Cuando Omar expresó su deseo (sincero o irónico) de vivir fuera de esta norma, su expresión fue recibida con críticas. En particular, esta crítica provino principalmente de las mujeres, lo que sugiere que no vieron la normatividad de género como una estructura opresiva, sino como algo que era mutuamente beneficioso.

Estas expectativas de género, que en parte forman nociones de ciudadanía sexual, están estrechamente vinculadas a las prácticas de trabajo, tanto dentro como fuera del hogar. Las redes sociales se convierten en un terreno clave sobre

¹ En mi encuesta, que representaba a 341 miembros de diferentes hogares, solo el 46% de las mujeres adultas estaban empleadas fuera de casa. El empleo de las mujeres fuera del hogar es muy generacional. Para las mujeres incluidas en la encuesta, las que trabajan fuera representan el 86% de las mujeres de entre 20 y 30 años, el 72% entre 30 y 40 años y solo el 12% sobre las de 40. En contraste, solo un hombre mayor de 25 no trabajaba, tenía más de 50 años y se había jubilado.

el cual se expresan, desafían y, lo que es más importante, se refuerzan estas expectativas, regulando los límites de las formas aceptables e inaceptables de comportamiento de los hombres y las mujeres.

Las redes sociales brindan acceso a un mundo de ejemplos de diferentes suposiciones de género y un espacio en el cual probar otras posibilidades. Pero en Alto Hospicio, las redes sociales se usan con mayor frecuencia como escenario para que muchas personas, tanto jóvenes como mayores, refuercen las formas de normatividad de género y la “buena ciudadanía” que ha estructurado la vida social en Alto Hospicio y el Norte de Chile en las últimas décadas².

Trabajo e industria en el norte de Chile

Desde que el Norte Grande se incorporó a Chile después de la Guerra del Pacífico (1879-83), su actividad económica siempre se ha definido por sus recursos naturales: los primeros puertos de nitrato, ahora el cobre y el Océano Pacífico que permiten la proliferación del comercio internacional. La minería, en particular, es esencial no solo para el Norte sino para la nación en su conjunto, que representa el 60 por ciento de las exportaciones del país y una gran parte de su PIB³. Las becas para estudios mineros en Chile son abundantes, pero casi siempre se enfocan en asuntos económicos y ambientales, particularmente en relación con grupos indígenas y responsabilidad social corporativa⁴. Si bien

² En este análisis, me baso en parte en el concepto de Connell de los regímenes de género, o las relaciones de poder institucionalizadas entre mujeres y hombres, donde el género es una propiedad de las instituciones y los procesos históricos, así como los individuos y su autoexpresión. Esta concepción permite ver la heteronormatividad como un sistema en el cual las expectativas de género colocan a hombres y mujeres en categorías naturalizadas, distintas y complementarias, basadas en estructuras familiares heterosexuales. Si bien un sistema de heteronormatividad puede reconocer que no todas las personas caen en este patrón, toma los géneros binarios vinculados a la heterosexualidad como una norma naturalizada, por lo tanto, basa otras suposiciones en esta división. Ver Connell, R. W. 1987. *Gender and Power: Society, the Person and Sexual Politics*. Stanford, CA: Stanford University Press; Lovaas, K. and Jenkins, M. M. 2006. “Charting a Path through the ‘Desert of Nothing’”. *Sexualities and Communication in Everyday Life: A Reader*. Thousand Oaks, CA: Sage.

³ “Copper Solution”. 2013. *The Economist*.

⁴ Jofré, 2007. “Reconstructing the Politics of Indigenous Identity in Chile”; Babidge, S. 2013. “‘Socios’: The Contested Morality of ‘Partnerships’ in Indigenous Community-Mining Company Relations, Northern Chile”. *The Journal of Latin American and Caribbean Anthropology* 18(2): 274–93.

estas son preocupaciones importantes, el impacto de la minería y lo que podría llamarse el estilo de vida minero en la vida cotidiana y la auto comprensión de los individuos debería ser igualmente importante para los análisis antropológicos. El análisis de la personalidad de los trabajadores, las condiciones en que trabajan e incluso la estructura de la vida fuera del lugar de trabajo son de vital importancia para comprender la reorganización del proceso laboral dentro del neoliberalismo⁵. Las formas en que en tales regímenes de trabajo se cruzan el género y la ciudadanía son de gran importancia para entender la normatividad. La perspectiva de las redes sociales nos permite apreciar cómo la minería no solo afecta el medio ambiente y los sistemas económicos, sino también la vida cotidiana de las personas, las relaciones interpersonales, el sentido de identificación y las nociones de lo que hace a un “buen” ciudadano del norte de Chile.

Los hospiceños sugieren que alrededor del 25 por ciento de los residentes hombres trabajan en la minería, muchos de los cuales también tienen varios miembros de la familia que trabajan en la industria. La mayoría de los empleados de minería pasan 5, 7 ó 12 días consecutivos trabajando turnos de 12 horas.

Durante estos períodos de trabajo viven en dormitorios en la mina. Las redes sociales son increíblemente importantes para los mineros durante estas semanas de trabajo, y brindan vínculos clave entre familiares distantes. Los mineros de más edad usan mensajes de texto y cada vez más utilizan WhatsApp para comunicarse con sus familias, mientras que los hombres más jóvenes se mantienen al día con las últimas noticias de sus amigos en Facebook y usan WhatsApp para comunicarse con novias y sus padres. Muchos mineros lamentan que la peor parte del trabajo sea sentirse tan lejos de sus amigos y familiares. Un minero incluso describió la vida en la mina como estar en un “asilo”. Sin embargo, muchos también dicen que lo más destacado del trabajo es el hecho de que sus horarios les permiten pasar una buena cantidad de tiempo con sus familias.

Cuando trabajan 5, 7 ó 12 días seguidos, suelen tener derecho a la misma cantidad de días libres, por lo que en vez de dividirse entre días de semana y fines de semana, la vida de las familias mineras a menudo se divide en semanas de trabajo y semanas libres.

⁵ Martin, E. 1997. “Managing Americans: Policy and Changes in the Meanings of Work and the Self”. Shore, C. and Right, S., eds. *Anthropology of Policy: Critical Perspectives on Governance and Power*. London: Routledge. 183-200; Dunn, E. 2005. *Privatizing Poland: Baby Food, Big Business, and the Remaking of Labor*. Ithaca, NY: Cornell University Press; Yanagisako, S. 2002. *Producing Culture and Capital: Family Firms in Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Jorge y Vicky se mudaron de Arica a Alto Hospicio con sus dos hijos pequeños, Alex y Gabriela, a mediados de la década de 1990, para que Jorge —mecánico de máquinas mineras— tuviera un viaje semanal más corto a su trabajo. Cuando Alex se graduó de la escuela secundaria, Jorge lo animó a buscar un trabajo en la misma mina, y finalmente Gabriela comenzó a salir con su colega José, también de Alto Hospicio. Cuando los conocí en 2013, Jorge, Vicky, Alex, Gabriela, José y Samuel, el hijo de Gabriela de una relación anterior, vivían todos juntos en una gran casa en el centro de Alto Hospicio. Los turnos de los hombres se superponían unos días, por lo que la casa a menudo se llenaba y se vaciaba como un reloj de arena. Jorge se iba el lunes por la noche, luego José el martes y Alex el miércoles. En ocasiones, esto coincidía con el horario de visitas del padre de Samuel, y solo quedaban Vicky y Gabriela en la casa. Luego, cuando comenzaba la semana, uno por uno los hombres regresaban a la casa, y el tiempo que Vicky y Gabriela describían como solitario y aburrido se hacía ocupado y entretenido.

Tanto los mineros como sus familias viven en una especie de juego de espera de semanas libres. En la familia de Vicky y Jorge, esto significa que mientras los hombres trabajan, las mujeres intentan hacer todas las tareas del hogar que sean posibles. Las compañías mineras pagan salarios suficientes para permitir que las ganancias de Jorge, Alex y José respalden a la familia extendida de seis personas. Vicky y Gabriela se pasan la semana limpiando, lavando la ropa, comprando comida y artículos para el hogar, yendo a citas con el médico y trabajando en renovaciones de la casa. En su “tiempo de inactividad”, las mujeres ven telenovelas o dibujos animados infantiles con Samuel. Por las noches chatean en Facebook con amigos y familiares que viven en otras ciudades, así como con sus parejas en la mina.

Cuando los hombres llegan a casa, toda la familia disfruta de pasar el tiempo juntos, comiendo grandes comidas y realizando excursiones a la playa de Iquique. Con la mitad de la familia ausente la mitad del tiempo, las familias multigeneracionales como ésta generalmente prefieren vivir juntas. A Vicky, en particular, le gusta tener a todos en la misma casa porque sus padres y hermanos viven en Arica, a unas cinco horas de distancia.

—Si viviéramos en casas separadas estaría sola durante los turnos de los hombres. Prefiero tener a mi hija y a su familia aquí en la casa, para mantenerla con vida. Si no hay nadie, ni siquiera me dan ganas de cocinar para mi misma —me dijo Vicky.

Esta disposición contribuye a un sentido de matriarcado en la casa. Debido a que Vicky siempre está allí y su esposo a menudo no, hay una sensación abru-

madora de que ella está a cargo de todo; maneja las finanzas y no teme pedir colaboración a Alex y José. Es también la que se asegura de que Samuel vaya a la escuela y haga sus tareas. Vicky cocina y también dirige la conversación en la mesa durante el almuerzo, la comida más grande del día. Es una mujer amable y bromista, a menudo llama Alex, José y Gabriela con nombres de mascotas, pero no cabe duda de que es una mujer de armas tomar.

Por supuesto, no todas las familias están tan estructuradas por un horario de trabajo minero, pero la división del trabajo dentro de las otras familias es notablemente similar. Los hombres a menudo trabajan en industrias de mano de obra y las mujeres se preocupan por el hogar. A veces, las mujeres también trabajan en la industria de servicios, pero en general todavía asumen la mayoría de la responsabilidad del hogar, incluso cuando también trabajan de manera remunerada. Muchos consiguen trabajo en Iquique, particularmente en oficinas regionales, en el puerto o en el centro comercial Zofri. Sin embargo, es importante que las mujeres en particular trabajen más cerca de casa, para que puedan estar presentes en los grandes almuerzos familiares, seguir manejando la vida cotidiana en la casa y asegurarse de que todos en la familia estén organizados para sus propias ocupaciones. El panorama del comercio en Iquique tiene un gran impacto en los tipos de trabajo que realizan hombres y mujeres. Aunque Alto Hospicio es una ciudad considerable, los espacios físicos del comercio son bastante limitados.

Los negocios que existen suelen ser pequeños, de propiedad familiar (los supermercados y la tienda de bricolaje para el hogar son las únicas excepciones). De hecho, la mayor parte del comercio que tiene lugar en Alto Hospicio ocurre en pequeños almacenes familiares o en los puestos de la Agroferia [mercado al aire libre]. A pesar de que los mercados tienen una administración oficial, los vendedores pagan el alquiler de sus puestos e incluso hay una pequeña tarifa para el aparcamiento de los clientes, la sensación general del lugar es la informalidad.

Los precios pueden ser regateados, ya sea por una lechuga, un teléfono celular o un suéter usado. Uno puede encontrar utensilios de cocina, productos de limpieza, juguetes para niños, muebles pequeños, ropa nueva y usada, herramientas eléctricas, fotocopiadoras, cámaras, teléfonos, equipos estéreo usados, utensilios para mascotas y todo tipo de productos alimenticios entre los puestos.

Comprar en la Agroferia sigue siendo una tarea normal para los hospiceños, pero Facebook se está convirtiendo en una alternativa a este tipo de comercio. Los productos usados, incluidos muebles, productos relacionados con bebés, prendas de vestir e incluso autos, se venden y se compran constantemente en numerosas páginas de Facebook con nombres como “Todo en venta-Alto Hos-

picio”. Sin sitios web de intercambio local como Craigslist o Gumtree, o incluso la disponibilidad de eBay o Alibaba para comprar productos internacionales, Facebook tiene su lugar, así como también interfiere parcialmente en el comercio en persona en las ferias.

Mientras que la mayoría de los hospiceños usan estos sitios para vender ocasionalmente accesorios o cosas de bebés que ya no usan, algunos empresarios crean perfiles de Facebook para sus pequeñas empresas minoristas que funcionan completamente a través del sitio. Estos empresarios son en su mayoría mujeres que capitalizan el comercio por internet para mantener un negocio sin descuidar sus tareas habituales en el hogar. A pesar de que surgen nuevas formas de trabajo en Alto Hospicio, el empleo en la ciudad sigue siendo bastante distinto para hombres y mujeres. Los guiones sociales normativos a menudo incorporan estas formas diferentes de trabajo; además, las nociones de feminidad normativa y masculinidad a menudo están profundamente ligadas a los tipos de trabajo en los que participan mujeres y hombres. Cuando las personas publican sobre su trabajo, se ve claramente la distinción entre los empleos de hombres y mujeres y también que incorporan estas diferentes formas de trabajo en sus auto-comprensiones. Las formas en que las representaciones del trabajo y la expresión de género se vuelven visibles en las redes sociales permiten reforzar aún más su prevalencia.

Trabajo y masculinidad

El trabajo de hombres en Alto Hospicio tiende a ser en industrias tradicionalmente etiquetadas como “masculinas”, a menudo en torno al trabajo manual y la oficios especializados. Además de la minería, muchos hombres trabajan en los muelles del puerto de Zofri, en la construcción, como conductores de taxis o vehículos de transporte, o como electricistas o mecánicos. Este tipo de trabajo es central para el sentido de identidad de los hombres y se comparte con gran orgullo. En Facebook se publican memes que declaran el valor de su profesión y la importancia que conlleva en sus vidas cotidianas. Estos hombres, que dedican largas horas al trabajo manual, a menudo ven su oficio no como algo que les quita otras actividades preferibles, sino como algo integral en la forma en que entienden sus vidas. Un conductor de un camión de carga publicó una foto que expresaba su orgullo por ser conductor: una imagen idealizada de un camión contra una puesta de sol sobre la que se superpone el texto: “Este no es mi trabajo, esta es mi vida”.

Un minero expresó un sentimiento similar a través de un texto compartido como una fotografía en su pared, titulado “¿Qué es un minero?”, donde etiquetó a todos sus compañeros de trabajo. La foto parecía tomada de un texto impreso en una hoja blanca de papel colgada en la pared en un lugar de trabajo. Por supuesto, es difícil saber si la sacaron en el de trabajo de este minero o si había circulado como meme en las redes sociales antes de publicarla. Se podría haber utilizado fácilmente para describir el trabajo en una serie de profesiones. Sin embargo, el minero sintió que tenía particular relevancia para él y su línea de trabajo.

—¿Qué es un trabajador? Un trabajador es ese hombre que da su vida por su familia. Es el que deja a su familia y va lejos para darles un futuro mucho mejor. Es ese hombre honesto y honorable, que no tiene Navidad, Año Nuevo, ni días festivos, que no celebra sus propios cumpleaños ni los de sus seres queridos. Es el que no distingue el verano del invierno, porque todos los días son iguales. Es el que, como una bandera nacional, se lava con lluvia y se seca al sol. Él es ese hombre que no asiste a los cumpleaños de sus hijos, pero siempre muestra sus imágenes orgullosamente diciendo “¡Este es mi hijo o mi hija!” Su trabajo es anónimo, pero su hazaña es inmortal. Los doctores curan las enfermedades, los arquitectos construyen, los maestros enseñan, y yo, como TRABAJADOR, ofrezco lo más humilde que tengo. UNA VIDA LEJOS DE MI HOGAR.

Figura 5.1

Meme que representa la identificación en el trabajo



Figura 5.2
Meme que representa la frustración con el trabajo



No sorprende que los mineros desarrollen una fuerte identidad ocupacional. El aislamiento y la solidaridad grupal, combinados con la historia del movimiento obrero en el área, proporcionan un contexto en el cual la identificación con esta forma particular de trabajo es casi esencial para la salud mental. La experiencia de los mineros de socialización colectiva, alta interdependencia, proximidad física, límites físicos, aislamiento y peligro a menudo contribuyen a las fuertes subculturas del trabajo⁶. Si bien el trabajo de los hospiceños puede no ser glamoroso, sigue siendo una fuente de orgullo y es fundamental para el sentido de identidad.

Aunque el trabajo suele ser una parte integral de la identificación de los hombres, parte de esto implica quejarse. Una de las mayores quejas de los mineros es la separación de sus familias y la distancia física entre el trabajo y el hogar. Muchos mineros publican un conteo diario de días completados de su turno y los días restantes, como "Hoy 5/7". Otros publican memes que explícitamente

⁶ Ashforth, B. E. and Kreiner, G. E. 1999. "How Can You Do It?: Dirty Work and the Challenge of Constructing a Positive Identity". *The Academy of Management Review* 24(3): 413–34. 419; Lynch, G. 1987. *Roughnecks, Drillers, and Tool Pushers: Thirty-three Years in the Oil Fields*. Austin: University of Texas Press; Moodie, D. and Ndatshe, V. 1994. *Going for Gold: Men, Mines, and Migration*. Berkeley, CA: University of California Press.

comunican el deseo de irse a casa. Casi todos publican mensajes de Facebook en las paredes de sus socios o miembros de la familia diciéndoles que los extrañan y están pensando en ellos. Un hombre incluso publicó fotografías de nieve en el Altiplano en el muro de Facebook de su novia, con el mensaje “¡Tengo frío!”, en un esfuerzo por compartir los desafíos diarios. Este tipo de publicaciones permiten a los trabajadores compartir sus vidas diarias con personas ausentes.

Figura 5.3
Fotografía desde la mina. “Tengo frío”



Figura 5.4
Fotografía desde la mina. “¡En el trabajo con mis compañeros, un buen grupo!”



Figura 5.5
Fotografía desde la mina. Mineros haciendo máscaras para Halloween



Figura 5.6
Fotografía desde la mina. Los mineros celebran el cumpleaños de un colega en el restaurante de la mina



Durante el tiempo alejados de sus familias, sin embargo, los hombres también crean vidas en la mina que no solo se centran en su trabajo. Hacen amigos y se entretienen de maneras que les permiten sentir algo más allá de ser simplemente un trabajador, haciendo que sus turnos no solo sean “ausencias”, sino también una parte importante de sus vidas sociales. La minería es quizás el ejemplo más obvio, pero muchas otras líneas de trabajo son espacios compuestos casi exclusivamente por hombres. Esto contribuye a que los lugares de trabajo se caractericen como espacios masculinos generales, en los que los trabajadores a menudo incorporan una actitud bromista como la que se podría dar en un vestuario. Un joven describió la actitud como “mariconeo” y me dijo:

—Todo el mundo anda bromeando, tocándoles el poto a los demás. Así, jugando no más. Porque son siete días sin tu familia y como te aburres uno inventa formas de entretenerse. Todos nos abrazamos, pero no son más que bromas.

Otro joven describió una broma común, a la que llamó “el Titanic”.

—Si alguna vez encuentras a tu amigo al borde de algo, por ejemplo una barandilla desde donde están mirando, simplemente te vas detrás de él y dices “haz el Titanic”, y luego extiendes los brazos. Como Leonardo en el barco.

Figura 5.7
Meme ilustrando la posición “el Titanic”



Me dijo que la mayoría de sus amigos piensan que es gracioso y lo toman bien, pero algunos se molestan y se enfadan. Esta forma de broma, a menudo referida como estar “weando” en el castellano de Chile, tiene una connotación de inmadurez que se contrasta con una perspectiva de vida más seria.

Alex me dijo que esto es parte de un dicho común en la mina: “De la garita pa adentro andamos weando. De la garita pa abajo somos personas educadas”⁷.

⁷ Los hospiceños, como la mayoría de los chilenos, ven la importancia de presentarse a sí mismos como ciudadanos “bien educados”. En lugar de aplicarlo específicamente a la educación formal, ser “bien educado” se demuestra mejor a través de buenos modales, utilizando el “Usted” formal en lugar del “tú” informal y, en general, usando una buena gramática. Un artículo de cultura pop ampliamente compartido de Opinza enumera actos como evitar chismes, no expresar opiniones irrelevantes y actuar con deferencia al conocer gente nueva como “hábitos de gente muy bien educada”. Ver Conlin, L. “10 hábitos de la gente muy bien educada”. *Opinza*, 2 January 2015. Disponible at <http://opinza.com/2015/01/10-habitos-de-la-gente-muy-bien-educada/>

Figura 5.8
“Titanic, y un problema imprevisto”



—Significa que en la mina, la pasamos tonteando. Pero en la ciudad, nos saludamos así formalmente “hola, ¿cómo estás?” Son dos estilos de vida diferentes, y actuamos en consecuencia.

Sin embargo, como demuestran los memes anteriores, las redes sociales permiten una mezcla de los dos estilos de vida. A pesar de la distancia física entre el hogar y el trabajo, las redes sociales proporcionan un conducto para que los trabajadores tengan un espacio de hogar mientras están en la mina, además de permitirles seguir bromeando con amigos, actuando como otra forma de espacio masculino mientras están en la ciudad. Si bien los espacios del hogar y el trabajo —particularmente para los mineros— son mutuamente exclusivos y circunscritos, las redes sociales les permiten mezclar los dos, mezclando así sus diferentes maneras de interacción formal y de hueveo.

Si bien este tipo de masculinidad bromista se reserva principalmente para el trabajo, o al menos para los colegas, los hombres también expresan tipos específicos de masculinidad como parte de sus familias. Los hombres a menudo publican filosofías explícitas sobre ser un hombre. Estos los posicionan a cargo,

como el proveedor de recursos o el salvador de la familia. Un meme popular declara: “Un hombre no abandona la nave dejando a su familia a la deriva. El hombre es quien toma los problemas por sí mismo y su familia sobre los hombros y rema para que el bote no se hunda”. Aunque este meme utiliza una metáfora de remar un bote, esta forma de trabajo representa otros oficios como la minería, la construcción o incluso el empleo en la oficina que mantiene a la familia “a flote”. La mayoría de los hombres consideran que es su deber mantener económicamente a la familia y, como lo confirman los comentarios sobre el posteo de Omar, muchas mujeres son cómplices de esta concepción de que el deber del hombre es trabajar, o incluso la apoyan activamente. Tanto los hombres como las mujeres ven el trabajo como parte integral de la auto identificación de los hombres o las formas en que expresan quiénes son ante un público más amplio. Mientras que los hombres a menudo se quejan de sus largos turnos en la mina, también hablan de su trabajo con gran orgullo y como una importante contribución a la familia.

Muchos hospiceños confirman que las contribuciones de estos hombres son formas de cuidar a una familia, tan importantes como el cuidado de las mujeres a través del trabajo emocional.

Trabajo de mujeres

Mientras que muchos hombres trabajan en oficios en los cuales sus interacciones son principalmente con otros trabajadores, el trabajo de las mujeres a menudo está más orientado hacia la interacción con los clientes. Al trabajar con niños, ancianos, en el casino de Iquique, supermercados, pequeñas tiendas o en el servicio al cliente para un negocio local, las mujeres también incorporan su trabajo a nociones identitarias sobre sí mismas. De hecho, a menudo son tan entusiastas a la hora de expresar la importancia de su trabajo como lo son los hombres.

Michelle, una educadora de preescolar, siempre se ofende mucho cuando se la considera menos que una profesional capacitada. En varias ocasiones, al referirse a ella como una parvularia (en las líneas de un “trabajador preescolar”), ella se tomaría el tiempo para explicar que es en realidad una educadora de párvulos y todo lo que eso implica. Incluso muestra su frustración en Facebook, explicando a la audiencia potencialmente masiva de las redes sociales toda la educación y formación de fondo necesaria para su carrera. Muchas otras mujeres trabajan como parte de un negocio familiar.

Debido a que Alto Hospicio alberga tan pocas cadenas de empresas, proliferan los pequeños almacenes, las carnicerías, las tiendas de mascotas, los restaurantes y otras empresas de servicios de propiedad familiar. El trabajo de las mujeres en estas áreas se considera esencial para la operación y la duración del negocio. Si bien tal trabajo no está necesariamente relacionado con el auto—conocimiento de las mujeres, es parte de la participación de las familias, lo que es fundamental para su identificación. Sin embargo, la mayoría de las mujeres mayores de 40 años, y muchas mujeres más jóvenes, no se identifican estrechamente con su trabajo fuera del hogar. La mayor parte de las mujeres trabaja en empleos pagados por hora, por ejemplo en supermercados, pequeñas tiendas, el centro comercial o como profesionales de la limpieza⁸. Estos trabajos se consideran generalmente como ingresos suplementarios para la familia, y a menudo como algo temporal. Las mujeres pueden trabajar algunos meses en un supermercado, pero si la familia decide remodelar parte de la casa, o si un familiar se enferma, es probable que dejen su trabajo fuera del hogar para dedicar tiempo a estos otros asuntos. Cuando el proyecto concluya o el pariente se recupere, es posible que comiencen a buscar trabajo de nuevo, quizás como mujer del aseo en algún hotel de Iquique.

A medida que las redes sociales ganan popularidad en Alto Hospicio, muchas mujeres ven Facebook como una oportunidad para un negocio secundario. A menudo venden almuerzos que han preparado en sus hogares, toman pedidos a través de Facebook y WhatsApp, o tienen negocios minoristas en línea que venden de todo, desde bolsos importados hasta juguetes sexuales. Por lo general, abren una página de Facebook separada para estas empresas, aunque el propietario se asegura de publicar anuncios en su cuenta personal. Si bien estas mujeres de negocios esperan que estas tiendas en línea prosperen, se las considera como ingresos “complementarios” en lugar de esenciales para la familia.

En julio de 2014 Maritza lanzó un nuevo negocio, Sexo Escondido. Hizo un pedido de un conjunto de juguetes sexuales, incluyendo pastillas afrodisíacas, vibradores, lubricantes, esposas y aceite de masaje de una compañía en Santiago. Luego creó una página de Facebook, publicando fotografías y describiendo los productos, ofreciendo total anonimato a los clientes, aunque los “me gusta” en

⁸ La mayoría de las personas que trabajan en escuelas secundarias, o como gerentes de empresas medianas o grandes en Alto Hospicio, viven en Iquique y viajan diariamente a Alto Hospicio.

la página de Facebook de Sexo Escondido permanecieron públicos. Envío invitaciones de la página a sus amigos (incluidos sus hermanos, padres, tías y tíos). También se aseguró de solicitar amistad en el bar de Alto Hospicio, así como en otras empresas locales, como una pastelería y una tienda de bolsos, que operaba principalmente a través de Facebook. Ella me dijo que pensaba que habría mucho interés en una tienda de sexo en línea ya que a una tienda de sexo en Iquique le había ido bien durante años, pero Alto Hospicio no tenía nada como eso. Le gustó el hecho de que Facebook proporciona un poco de privacidad para las personas que no se sienten cómodas comprando productos sexuales en público.

Varios meses después, cuando le pregunté a Maritza sobre el negocio nuevamente, me dijo que no había vendido mucho. Sin embargo, seguía esperanzada porque era la única que ofrecía esos productos y tenía una sólida red de amigos, conocidos y otros miembros de la comunidad en Alto Hospicio que preferirían apoyar a un vecino en lugar de a alguien desconocido. Todavía tenía su trabajo como cajera en un supermercado local, pero la familia dependía principalmente de los ingresos de su esposo.

—No me preocupo por vender cosas rápidamente, porque tengo otro trabajo. Y David (su esposo) tiene un buen trabajo. Es más por diversión. Si me demoro en vender, está bien. Más que nada, pensé que sería bueno para la ciudad tener algo como esto. Para que las personas puedan comprar sin ir a Iquique, y de un miembro de la comunidad.

El comercio como el *sex-shop* de Maritza y otras empresas en Facebook se lleva a cabo sin los tipos de supervisión burocrática a los que están sujetas las tiendas formales o incluso los puestos en la Agroferia. Por lo general, se presentan como pasatiempos o actividades divertidas en lugar de negocios o “trabajo”. Sin embargo, también se dice que son vitales para la comunidad. Maritza enmarca su negocio como el cumplimiento de una necesidad en la comunidad, por lo tanto, además funciona como una forma de servicio en lugar de simplemente un medio para ganar dinero extra.

Sus pensamientos se reflejan en las percepciones generales de los negocios locales. La mayoría no los ve como publicidad para ganar más dinero, sino más bien como una manera de hacer visible su capacidad para satisfacer las necesidades, una vez más concebida como una especie de relación simbiótica con sus clientes. A medida que las instituciones del gobierno han dejado la ciudad sin medios de intercambio más estructurados, los individuos y los grupos pequeños asumen la responsabilidad de crear servicios. Las regulaciones se dejan de lado, y la relación económica se ve como mutuamente beneficiosa en Alto Hospicio.

Esta actitud es particularmente relevante para las empresas de distribución de alimentos. Al igual que la escasez de puntos de venta comerciales en Alto Hospicio, el sector de restaurantes es restringido. Hay docenas de restaurantes pequeños para almorzar, cerca de diez restaurantes chinos o de *sushi*, dos cadenas de comida rápida de pollo frito y un servicio de entrega de pizzas. Para una ciudad de casi 100,000 habitantes, sin embargo, esto deja bastante margen para vender más alimentos preparados. Muchas familias operan servicios de comida rápida en el comedor de sus casas, sirviendo completos y salchipapas. Otras empresas familiares, generalmente dirigidas por mujeres, han creado un servicio de pedido y entrega a través de sus páginas de Facebook. Las empresas de entrega de *sushi* hechas en casa parecen dominar mi suministro de noticias en Facebook. En estas empresas, el propietario publicará las ofertas diarias o semanales en la página, lo que permite a los clientes, con varios días de anticipación, hacer sus pedidos y especificar la hora en que les gustaría que se entregue el *sushi*. El día de la operación, el propietario preparará grandes cantidades de *sushi*, como rollos de atún o salmón, aguacate, queso crema y arroz, y luego enviará a un miembro de la familia para que lo entregue junto con las tazas pequeñas de salsa de soja y teriyaki.

Estas empresas están tan estrechamente asociadas con el trabajo de las mujeres que cuando Gonz y su hermano Víctor comenzaron su negocio de reparto de *sushi*, lo presentaron en Facebook como “Sushi de Ana”, utilizando el nombre de la esposa de Gonz, quien explicó:

—Pensé que la gente confiaría más en el nombre de una mujer ¿sabes? Y Ana ayuda a tomar los pedidos o armar las cajas, pero igual es divertido cuando nos encontramos con un cliente y le hablan como si ella lo manejara todo. Yo me quedo quieto no más y sonrío.

Gonz tuvo la idea de comenzar el negocio de entrega después de un gran terremoto, cuando se cortó la carretera a Iquique. A menudo menciona que ni siquiera le gusta el *sushi*, pero vio que se estaba volviendo popular en Alto Hospicio, así que aprendió a hacerlo viendo videos de YouTube. Luego les dio un toque chileno.

—A los chilenos les gusta la comida succulenta. Les gustan los completos con mucha mayonesa, hasta que se desborda... así que traté de hacer *sushi* más chileno, con mucho queso crema, con palta y mucha azúcar en el arroz. Y los rollos fritos panko son los más populares, eso sí. Entonces la gente en Alto Hospicio puede comer exactamente el tipo de *sushi* que les gusta, sin tener que ir a Iquique. Lo hago más fácil para todos.

Figura 5.9
Un anuncio de venta de *sushi* en redes sociales



Los clientes disfrutan de la comodidad de la entrega, pero también la ven como una forma de apoyar a las empresas locales. Para empresarios locales como Gonz o Maritza, estos negocios de Facebook les permiten complementar otros ingresos abriendo negocios de comida de manera informal; evitando así la burocracia asociada a tener una licencia oficial de restaurante. La posibilidad de establecer su propio horario o solo abrir esporádicamente también permite a las familias mantener trabajos principales, viajar o dedicar tiempo a otras actividades, atendiendo el negocio solo cuando lo desean o necesitan, dependiendo de la demanda. De esta manera, estos empresarios, generalmente mujeres, se han posicionado no solo como cuidadores de la familia, sino también como cuidadores de la comunidad.

Mientras que las mujeres a menudo dicen que disfrutan administrar este tipo de negocios, está claro que no son fundamentales para su auto comprensión, a pesar del trabajo que realizan en estos ámbitos, continúan reportando sus ocupaciones como ama de casa o no. Yesenia, que trabaja a tiempo parcial para el municipio y con frecuencia ofrece voluntariamente más tiempo para organizar eventos comunitarios, me contó varias veces que ella estaba "desempleada". Su página de Facebook, como la de muchas mujeres de mediana edad, se centra en la participación de su familia y la comunidad. Estas mujeres se posicionan

como madres, abuelas, cocineras, organizadoras y gerentes. La mayoría de las publicaciones de mujeres giran en torno a familiares y amigos, o actividades creativas que contribuyen al hogar.

La familia es muy importante para la mayoría de los hospiceños. A menudo actúa como una fuente de validación (ver el capítulo 4), así como también actúa como un grupo con quien se comparten los recursos y que es el centro de la vida social. Muchas mujeres jóvenes, poco después de terminar la escuela secundaria, comienzan su vida adulta como madres, y sus publicaciones en Facebook muestran orgullosamente las últimas fotos de sus hijos. Sin embargo, identificarse como madre implica más. A menudo es el trabajo creativo involucrado en ser una buena madre, y por lo tanto una “buena ciudadana” lo que se convierte en un foco de atención en las redes sociales. Las imágenes de actividades con niños y proyectos de manualidades a menudo dominan los muros de Facebook de las madres jóvenes.

A veces suben docenas de fotos mostrando no solo la fiesta de cumpleaños de su hijos, sino también todo lo que han hecho para decorar, organizar y celebrar la fiesta. Por supuesto, las fiestas de cumpleaños no son eventos cotidianos, y los

Figura 5.10
Fotografías de decoraciones de fiesta



Figura 5.11
Fotografía del carro con mercaderías. “Hoy, en el supermercado”



detalles mundanos de la vida, como el cuidado del hogar, también se muestran en las redes sociales.

A medida que los niños crecen, algunas mujeres sienten que su propósito principal en la vida ha cambiado y comienzan a dirigir sus energías hacia actividades comerciales, como se discutió anteriormente, o una mayor participación en la comunidad. Estas mujeres suelen publicar actualizaciones de estado anunciando eventos comunitarios, expresando su placer por el éxito de los eventos o compartiendo imágenes de su propia participación. Yesenia solía publicar fotos de eventos que ella ayudó a organizar para personas mayores en la comunidad, como el concurso de belleza para mujeres mayores que se muestra a continuación.

Si bien estas publicaciones de alguna manera sirven para demostrar nociones normativas de interacción en una comunidad fuerte, también sirven como una forma de identificación para las mujeres que las publican. Aunque sus hijos crezcan, estas actividades mantienen activas a las mujeres y, como sugiere Yesenia, les dan energía.

Por supuesto, no todas las mujeres pueden depender de los ingresos del salario de los hombres, ya sea de su padre, hermano, esposo o hijo. Aunque el matrimonio formal no es común, separarse de una pareja con la que una persona comparte un hijo a menudo reorganiza por completo la vida diaria de

mujeres y hombres⁹. Si los jóvenes abandonan el hogar familiar para establecer su propia casa con su pareja, a menudo regresan después de una ruptura. El sacerdote local Padre Mateo confirmó esta tendencia, sugiriendo que en parte a los jóvenes no les gusta casarse porque no ven sus relaciones como permanentes, incluso cuando tienen hijos con sus parejas. En cambio, las mujeres en particular piensan en su familia natal como la piedra angular de su vida familiar.

Para las madres solteras, el apoyo de su familia de origen no siempre es suficiente para mantener a sus propias familias. Mientras que algunas mujeres trabajan en un supermercado o limpian las casas, con la ayuda financiera de

Figura 5.12
Fotografías de actividades comunitarias



⁹ El censo de Chile de 2012 no especificaba las tasas de matrimonio y divorcio por ciudad. Para la región de Tarapacá en su conjunto, sin embargo, el 45% de las personas de 30 a 44 años declararon ser solteras, el 51% estaban casadas y el 4% estaban divorciadas. Para la misma población, el 40,5% informó que vivía con su cónyuge (legal) y el 28,4% vivía con una pareja de otro sexo con la que no estaban legalmente casados. Las personas de 15 a 29 años, alrededor del nueve por ciento vivía con su cónyuge, mientras que el 21,9 por ciento vivía con una pareja con la que no estaban casados, lo que sugiere que la convivencia era mucho más común que el matrimonio legal como una forma de hacer familia con un compañero.

sus padres o hermanos, otras necesitan buscar un empleo que se considera más serio y permanente. Muchas de estas mujeres trabajan en entornos de oficina en Iquique, dejando a sus hijos solos o con la familia después de la escuela; otros incluso trabajan en el servicio de alimentos o la limpieza en la industria minera. Aunque trabajar en una mina proporciona la mejor fuente de ingresos con diferencia, requiere turnos de una semana lejos de la familia, algo que muchos hospiceños consideran mucho más difícil para una mujer que para un hombre. “Porque una cosa es que un hombre salga de la casa todo el tiempo, pero para una mujer es más difícil”, me dijo un operador de máquinas pesadas. Muchas mujeres también se quejan de acoso sexual en las operaciones de minería, ya que solo representan el 10 por ciento de los trabajadores.

Muchos mineros parecen sentir cierta compasión por las mujeres que trabajan en la mina. Su simpatía refleja tanto la propia alienación de las mujeres de la vida en la mina como la percepción que otros tienen de las circunstancias de la vida que obligan a las mujeres a trabajar en la industria minera. Un electricista de minas me dijo: “En general, si (las mujeres) están trabajando aquí, necesitan un buen salario. La mayoría de las mujeres que conozco, si van a limpiar, no es que les guste; es que viven solas, o tienen hijos y necesitan apoyarlos. Así que aprovechan la oportunidad de un buen salario”. Para estas mujeres, como para muchos hombres, el salario es más importante que el estilo de vida y el disfrute del trabajo. Es visto como un sacrificio noble para la familia.

Si bien, por un lado, las formas en que hombres y mujeres tratan el trabajo de manera diferente sugieren desequilibrios de género en la comunidad, la mayoría de las personas valoran el trabajo dentro del hogar como una forma legítima de trabajo¹⁰. Tal creencia contribuye al sentido de cómo los hombres y las mujeres trabajan simbióticamente para equilibrar los diferentes tipos de trabajo necesarios, en lugar de depender por completo del otro. Las normatividades asociadas con los tipos de trabajo de género son fuertes, pero muchas mujeres a menudo todavía se sienten empoderadas y ejercen este poder social tanto dentro de la familia como en la comunidad. Si bien los guiones sociales sobre el género prescriben formas particulares para que los hombres y las mujeres trabajen, se

¹⁰ Sin embargo, es también esencial tener en cuenta que varios hombres con los que hablé se quejaron de que cuando llegaban a casa del trabajo (ya sea al final del día o al final de un turno minero) se esperaba que contribuyeran al trabajo en el casa. Estas quejas sugerían que sentían que su trabajo asalariado les eximía de la participación en el trabajo necesario para mantener el hogar organizado y limpio, cuidar a los niños y alimentar a la familia.

relacionen con sus familias y amigos e incluso se expresan en público, las redes sociales revelan cómo estos guiones se cumplen normalmente sin contención.

Género, trabajo, placer

Debido a que el trabajo generalmente se naturaliza como femenino o masculino, el trabajo y el género tienden a reforzarse mutuamente en la auto comprensión de los individuos. Un minero que se ve a sí mismo como masculino resaltarán los aspectos de su trabajo, reforzando así el orgullo en su trabajo y el uso de comportamientos relacionados con el trabajo para reforzar su sentido de la masculinidad. Una mujer que disfruta trabajar con niños pequeños enfatizará los aspectos emocionales de las interacciones como el punto culminante de su profesión, recurriendo a una característica típicamente “femenina” del trabajo, el trabajo emocional¹¹, como la razón por la que se identifica profundamente este. Por supuesto, esto es algo que se refuerza mutuamente. Lo que siempre se asume como masculino o femenino se inscribe en el discurso como precisamente lo que constituye la femineidad o la masculinidad. Esto se debe a que, como enfatiza la mayoría de la teoría contemporánea sobre el género, es que el género no es algo inherente a una persona, sino un concepto socialmente determinado. El género se crea activamente a través de diversas formas de autoexpresión, comportamientos e incluso acciones inconscientes que se aprenden lentamente a lo largo de la vida siguiendo las pautas de los guiones sociales dominantes¹². Estos aspectos y acciones de los individuos, tomados en conjunto y en el contexto de otros individuos autoexpresión, crea la impresión de que las diferencias de género en la personalidad, los intereses, el carácter, la apariencia, los comportamientos y la competencia son “naturales”. El género del trabajo que es aparente en Alto Hospicio refuerza esta apariencia de naturalidad¹³. Como la mayoría de los tra-

¹¹ Di Leonardo, M. 1987. “The Female World of Cards and Holidays: Women, Families, and the Work of Kinship”. *Signs* 12(3): 440-53; James, N. 1989. “Emotional Labour: Skill and Work in the Social Regulation of Feelings”. *The Sociological Review* 31(1): 15-42.

¹² Ver Butler 1999. *Gender Trouble*; Kessler, S. J. and McKenna, W. 1978. *Gender: An Ethnomethodological Approach*. New York: Wiley; West, C. and Zimmerman, D. H. 1987. “Doing Gender”. *Gender and Society* 1(2). 125-51.

¹³ Leidner, R. 1991. “Serving Hamburgers and Selling Insurance: Gender, Work, and Identity in Interactive Service Jobs”. *Gender and Society* 5(2): 154-77, 155.

bajos caen a lo largo de las líneas de la división histórica del trabajo por género, es fácil ver los límites como naturales, aunque en otras situaciones o contextos, lo laboral puede dividirse de manera diferente¹⁴. El género no es simplemente un aspecto del trabajo, sino que se construye a través del trabajo mismo¹⁵.

El trabajo contribuye entonces a un sentido más amplio de normatividad basada en el género, en el cual el oficio asalariado para los hombres —y el trabajo emocional complementario para las mujeres— corresponden a las tipificaciones generales de género. Es más probable que los trabajadores de ambos sexos acepten, o incluso se sientan orgullosos, de su identidad laboral cuando les permite representar el género de una manera que les resulte satisfactoria¹⁶. Por lo tanto, no es sorprendente que las expresiones de los medios sociales sobre lo laboral a menudo refuerzan los aspectos que tanto hombres como mujeres encuentran más satisfactorio o digno de orgullo. Los hombres muestran que su trabajo requiere un exterior resistente (“hace frío”) y elementos de sacrificio (“Un trabajador es ese hombre que da su vida por su familia”), pero también se hace tolerable a través del tipo de camaradería que caracteriza el inmaduro humor ladino entre los amigos. Las mujeres retratan su trabajo como formas de cuidado emocional, a menudo usando la creatividad para el beneficio y el disfrute de los demás (especialmente los niños pequeños o los ancianos), y a través de su trabajo fortalecen los lazos de la familia y la comunidad.

La economía de Alto Hospicio y las relaciones en el lugar de trabajo han creado una especie de mentalidad “separada pero igual” sobre el trabajo de género. Sin embargo, las implicaciones para estas expectativas de género tienen efectos que van mucho más allá del lugar de trabajo (ya sea que esté lejos o dentro del hogar). Estas divisiones estructuran en muchos sentidos un tipo de ciudadanía de género en el que ser un miembro de confianza de la comunidad se basa en seguir guiones sociales de género relacionados con el trabajo. Aunque estas autocomprensiones pueden no ser del todo conscientes o articuladas explícitamente, informan acciones. Debido a que estas expresiones suelen ser implícitas

¹⁴ Milkman, R. 1987. *Gender at Work: The Dynamics of Job Segregation by Sex during World War II*. Urbana: University of Illinois Press. 50.

¹⁵ Beechey, V. 1988. “Rethinking the Definition of Work: Gender and Work”. Jenson, J., Elisabeth Hagen, E. and Ceallaigh Reddy, C., eds. *Feminization of the Labor Force: Paradoxes and Promises*. New York: Oxford University Press; Fenstermaker Berk, S. 1985. *The Gender Factory: The Apportionment of Work in American Households*. New York: Plenum.

¹⁶ Leidner, 1991. “Serving Hamburgers and Selling Insurance”. 155.

y no explícitas, el simple hecho de preguntar no suele dar lugar a explicaciones claras sobre estas identificaciones de género. Sin embargo, las redes sociales son una forma visible en la que se manifestaron.

Los tipos de expresión de género aparentes en la división del trabajo también se manifiestan en los estilos generales de expresión de los hombres y las mujeres en las redes sociales. Como es evidente en el capítulo anterior, las formas en que los hombres y las mujeres se relacionan con sus amigos del mismo género a menudo son diferentes: los hombres asumen bromas y tonos sarcásticos, mientras que las mujeres publican memes con carga emocional dirigidos a sus amigas o niños. Del mismo modo, cuando los hombres y las mujeres publican sobre los tipos de actividades que les dan placer, continúan siguiendo la dicotomía del trabajo manual y emocional.

Muchos hombres pasan una gran cantidad de tiempo publicando memes, fotos y actualizaciones de estado relacionadas con los vehículos. Las motocicletas, autos, camiones y jeeps son relativamente baratos, ya sea comprados nuevos de Zofri o utilizados por otros comerciantes en el área, por lo que están dentro del alcance de la mayoría de las familias. Sin embargo, en lugar de presentar los vehículos como bienes de consumo, generalmente se los retrata como un lugar de trabajo (placentero). Gelber escribe que a comienzos del siglo XX en los Estados Unidos, el típico hombre de clase media comenzó a hacerse cargo de los quehaceres domésticos hechos previamente por profesionales. Este cambio sucedió sin resistencia cultural porque “la construcción, reparación y mantenimiento de los hogares estaban libres de cualquier señal de compromiso de roles de género”¹⁷. Particularmente en el norte de Chile estos reinos corresponden a los tipos de trabajo manual que la mayoría de los hombres hacen por salarios, por lo tanto, su valor de mercado teórico les otorga legitimidad masculina. Enmarcar estas actividades como realizadas en beneficio de la familia reafirma esta concepción ya fuerte de la masculinidad. Las fotografías de vehículos en Facebook rara vez muestran el automóvil; por lo general retratan una modificación, como iluminación especial, o el proceso de trabajo, como el mantenimiento del motor.

Mientras que algunas mujeres son parte de esta “cultura del automóvil”, y generalmente son bienvenidas por los hombres, queda claro que son mujeres que participan en algo masculino, en lugar de que su presencia sirva para hacer que la

¹⁷ Gelber, S. M. 1997. “Do-It-Yourself: Constructing, Repairing and Maintaining Domestic Masculinity”. *American Quarterly* 49 (1): 66-112.

Figuras 5.13 y 5.14
Fotografías de trabajo o modificaciones en vehículos



forma cultural sea más femenina. El siguiente meme, que sugiere: “Solo porque ame los autos no significa que sea menos femenina”, aparentemente complica la asociación de género entre los autos y la masculinidad. Sin embargo, solo pone en peligro la feminidad, lo que sugiere que la abrumadora masculinidad de los autos podría ser lo suficientemente poderosa para **defeminizar** a una mujer. Aunque rechaza esta postulación, el meme (y así podríamos suponer quienes lo comparten) nunca cuestiona la asociación entre la masculinidad y los vehículos, como podría ser una frase como: “El hecho de que a los hombres les gusten los autos no significa que sean menos masculinos”. En cambio, debido a que las actividades asociadas con los automóviles correspondían a los tipos de trabajo manual que forman parte de trabajos muy poblados por hombres, la asociación con la masculinidad sigue sin ser cuestionada.

Del mismo modo, la representación de los hombres de las tareas relacionadas con la familia a menudo se enmarca como un bienvenido aporte. Un meme, que representa a un hombre que decora un pastel, sugiere: “El hecho de que ayudes a tu mujer en su trabajo no te hace menos hombre. Por el contrario, te convierte en un hombre único y grandioso” (véase la [figura 5.16](#)). Este meme, de manera similar, no cuestiona el “trabajo de la mujer” como estar basado en el hogar y cuidar a una familia. En cambio, les asegura a los hombres que “ayudar” no es suficiente para borrar su masculinidad; más bien, su masculinidad está tan profundamente arraigada que hacer algo que se considera femenino simplemente reafirma el estado ser un “gran hombre”.

Estos memes, que hacen referencia a formas de trabajo asociadas con otro sexo, sugieren además que, si bien los tipos de trabajo para hombres y mujeres son naturalmente diferentes, no hay vergüenza en hacer el trabajo que pertenece al otro. Sin embargo, al reafirmar la capacidad de las personas para cruzar las líneas de trabajo de género, estos memes refuerzan la idea de que esta línea realmente existe. Lo que es naturalmente “femenino” sobre las mujeres y “masculino” sobre los hombres no puede ser borrado a través de sus comportamientos individuales o pasatiempos.

Normatividad y sexo

Los memes que representan a un hombre que hace “trabajo de mujeres” o una mujer que persigue “intereses de los hombres” en realidad sirven para fortalecer las suposiciones de género. En muchos sentidos, las expresiones de sexualidad en las redes sociales también fortalecieron las conexiones entre el trabajo manual para los hombres y el trabajo emocional para las mujeres. Esto aparece más explícitamente en referencia al trabajo de los hombres, ya que de nuevo se identifican más estrechamente con su trabajo remunerado que las mujeres. Esto fue especialmente cierto para los hombres que trabajan en las minas, porque la expresión de su sexualidad se ve limitada en el trabajo.

Figuras 5.15 y 5.16
Memes que muestran **asunciones** sobre el género



Dado el 90/10 por ciento de la división de género, y las reglas que prohíben a las mujeres ingresar a los dormitorios masculinos y viceversa, los mineros con los que hablé describieron la actividad heterosexual en la mina como una tarea complicada. Sugirieron que las relaciones homosexuales podrían ser un poco más fáciles, pero los baños públicos y los dormitorios compartidos no lo hicieron particularmente fácil. En cambio, se pensó ampliamente en la pornografía como un sustituto del intercambio sexual. Como dijo jocosamente un mecánico de minería, “hay un micro tráfico en la pornografía en la mina, y es vergonzoso a escala mundial”. Las redes sociales son clave para estos intercambios, con individuos que intercambian videos cortos a través de sus teléfonos móviles. Otro joven que maneja vehículos grandes que llevan extractos de minería explicó que “por cada trabajador, tienen 20 amigos en la ciudad que también les envían cosas”, ya sea música, videos divertidos o pornografía. “Y nadie está avergonzado”, concluyó. Aunque el mecánico describió la prevalencia de la pornografía como vergonzosa, lo hizo de una manera sarcástica, en realidad reforzando el argumento del conductor de que nadie se avergüenza de ello. Si bien en otras situaciones la prevalencia de la pornografía podría considerarse inapropiada, en el contexto de la minería se la aceptó como una alternativa natural a las relaciones sexuales reales.

De hecho, hay poca vergüenza para los hombres que expresan deseos sexuales y frustración por su incapacidad para cumplirlos mientras están en la mina, ya sea que estén en una relación o no. Tal abstinencia forzosa a menudo es retratada como una forma más de sacrificio que los mineros hacen para mantener a sus familias, y por lo tanto es parte de su orgullo por su trabajo. Esto se manifiesta en un género de memes algo autocríticos que los mineros publican sobre los peligros de la actividad sexual poco frecuente.

Estos memes se transmiten como parte de las relaciones sociales graciosas e inmaduras entre los hombres, fortaleciendo los lazos homo-sociales pero también reafirmando la masculinidad a través de las conexiones entre la sexualidad y su trabajo. No solo su trabajo hace habilidades asociadas con la masculinidad: también es un signo de su virilidad sexual. Expresar frustración con la abstinencia semanal confirma el deseo sexual asumido como parte de la hombría. El siguiente meme, aunque aparentemente desde el punto de vista de una mujer, a menudo es publicado por hombres en los últimos días de sus turnos: “Hoy vuelve a casa después de su turno. Tiene siete días en la mina. Vuelve a casa como un camión boliviano”. Este meme es especialmente local, y se basa en el conocimiento de que un camión boliviano —con frecuencia visto viajando desde el puerto hacia el Altiplano hasta la frontera boliviana— suele estar sobrecargado de bienes para

entregar en Bolivia. La metáfora sugiere que los hombres que regresan a casa de la mina están “sobrecargados” de frustración sexual, mientras juegan con estereotipos locales que denigran sutilmente a los bolivianos.

Es mucho menos probable que las mujeres publiquen referencias explícitas a la sexualidad, aunque sus deseos se mencionan de manera más sutil. A veces publican memes sexuales que muestran cuerpos desnudos o escasamente vestidos, oscurecidos por una lente de cámara nublada y superpuestos con texto que expresa sentimientos como “estar contigo una noche vale la pena esperar” o “lo que quiero contigo no lo quiero con cualquier otra persona”. Cuando las mujeres publican memes con mensajes explícitamente sexuales, a menudo retratan la sexualidad simplemente como un sustituto cuando las formas más románticas de conexión no están disponibles.

Si bien no todos los usuarios de las redes sociales publican contenido relacionado con la sexualidad, ciertamente no es poco común y rara vez se lo comenta de manera negativa. De hecho, el contenido sexual solo parece causar revuelo cuando se trata de imágenes demasiado gráficas. El hecho de que las referencias a la sexualidad sean bastante comunes y tolerables sugiere que la sexualidad se considera una parte natural de la autoexpresión de los individuos. Las

Figura 5.17

Meme publicado por un minero sobre la energía sexual acumulada después de una semana en la mina



Figura 5.18
Meme que se refiere a la sexualidad



conexiones entre el trabajo de los hombres y su sexualidad sirven para cimentar la naturalización entre las formas masculinas de trabajo, la expresión de género de los hombres y la sexualidad heterosexual.

El hecho de que las mujeres tengan menos probabilidades de publicar contenido explícitamente sexual refleja dos factores interrelacionados de género y sexualidad¹⁸. Primero, en el contexto de Alto Hospicio, la feminidad es más probable que se entienda como algo que las mujeres poseen “naturalmente”, mientras que la masculinidad masculina es un logro, logrado en parte a través del sexo heterosexual, o al menos representaciones de sexo en línea. Algo así como un logro, también se espera que la masculinidad sea más performativa que la feminidad¹⁹ requiriendo que los hombres afirmen su hombría a través

¹⁸ Gagnon y Simon sostienen que los hombres a menudo usan la conducta sexual, o expresiones y discursos relacionados con ella, para parecer “masculinos”. Esta afirmación fue posteriormente respaldada por el trabajo empírico de Holland et al. Ver Gagnon, J. H. and Simon, W. 1973. *Sexual Conduct: The Social Sources of Human Sexuality*. Chicago: Aldine; Holland, J., Ramazanoglu, C., Sharpe, S. and Thomson, R. 1998. *The Male in the Head: Young People, Heterosexuality and Power*. London: Tufnell Press.

¹⁹ Gagnon y Simon sostienen que los hombres a menudo usan la conducta sexual, o expresiones y discursos relacionados con ella, para parecer “masculinos”. Esta afirmación fue posteriormente respaldada por el trabajo empírico de Holland et al. Ver Halberstam, J. 1998. *Female Masculinity*. Durham, NC: Duke University Press; De Beauvoir, S. 2009. *The Second Sex*. New York: Vintage Books; Gutmann, M. 1997. “Trafficking in Men: The Anthropology of Masculinity”. *Annual Review of Anthropology* 26: 385–409.

de la autoexpresión (particularmente en las redes sociales); la feminidad de las mujeres es cuestionada con mucha menos frecuencia. A menudo tanto en la vida cotidiana como en las redes sociales, se castiga a los hombres que no actúan de la manera que sus pares consideran suficientemente masculinos. La “masculinidad insuficiente” se evidencia en cualquier cosa, desde que un hombre que no termina su cerveza hasta uno que no mantiene a su familia. Mientras que algunos memes populares se refieren a “un hombre real” como alguien que hace todo lo posible para mantener económicamente a su familia, otros castigan a los hombres cuyas novias son más masculinas que ellos mismos. Esto puede evidenciarse presionando a su compañero masculino para que termine su bebida alcohólica gritando “al seco, maricón culiao”.

Mientras que “maricón” se usa a menudo como un insulto homofóbico²⁰ a veces también indica otras formas de masculinidad fallida²¹ tanto como “fag” en inglés estadounidense²². Sin embargo, en cuanto al uso liberal de maricón noté tanto en el habla diaria como en las publicaciones de redes sociales que no necesariamente indica homofobia, sino más bien sospecha sobre el desempeño de género no normativo. No es raro que las personas se identifiquen como lesbianas o homosexuales en las redes sociales, ya sea publicando mensajes románticos en la página de Facebook de su pareja o usando explícitamente *hashtags* como #gaychile o #iunquelesbiana en Instagram. En el ojo público, sin embargo, estos individuos generalmente siguen expectativas normativas de género. Muchos hombres homosexuales suben *selfies* de ellos mismos en trabajos manuales junto a las fotos de su pareja, y las mujeres describen cuán bonitas y dulces son sus novias. Aunque a los homosexuales se les concede un poco más de libertad en términos de expresar gustos musicales (como Britney Spears) o tipos de consumo persistente (publicar fotos de Instagram de los anuncios de colonia Dolce y Gabbana) que los hombres heterosexuales, las expresiones gay están ausentes. Alex me dio una pista de esta ausencia cuando comparó a su tío gay con un vecino gay que tenía en su antiguo vecindario.

²⁰ Wright, T. 2000. “Gay Organizations, NGOs, and the Globalization of Sexual Identity: The Case of Bolivia”. *The Journal of Latin American Anthropology* 5(2): 89–111.

²¹ Haynes, N. 2016. “Kiss with a Fist: The Chola’s Humor and Humiliation in Bolivian Lucha Libre”. *Journal of Language and Sexuality* 5(2).

²² Pascoe, C. J. 2011. *Dude, You’re a Fag: Masculinity and Sexuality in High School*. Berkeley, CA: University of California Press.

—Mi tío, él es tranquilo. Tiene un compañero, pero no es como para mostrarlo todo el tiempo. Es como cualquier otro tipo. Trabaja en un hotel y es bien cercano a su familia. El ejemplo contrario es mi vecino ya viejo que siempre va por ahí, hablando como una mujer, vistiendo ropas llamativas y llamando la atención. Es por eso que tiene problemas. Los niños del barrio lo molestan. No creo que sea seguro para él. Pero mi tío, él siempre está bien. Porque es un tipo normal. La mayoría de la gente dirá “No tengo ningún problema con las personas homosexuales, simplemente no quiero que lo muestren”. Entonces, cuando están tranquilos, como mi tío, a nadie realmente le importa. Es bien correcto él.

Esto refleja el miedo del transformista Pablito de que su familia se entere de su trabajo nocturno, aunque ellos están perfectamente contentos sabiendo que es homosexual (vea el capítulo 1). Mantener páginas separadas de Facebook le permite actuar públicamente como un individuo normativo de género, mientras mantiene sus actividades que van más allá de estas normas más privadas. Como la narración de Alex deja en claro, estas normatividades están estrechamente relacionadas con el trabajo. Alex no enfatizó el empleo de su tío, pero destacó que él proporciona una fuente de ingresos, conectando así su normatividad con el hecho de que tiene un trabajo “normal”. También mencionó la conexión de su tío con su familia, así como el hecho de que su apariencia exterior corresponde a las expectativas normativas de Alto Hospicio.

Como en la mayoría de las demás facetas de la vida cotidiana, la normatividad es un factor decisivo para determinar si las publicaciones en las redes sociales u otras formas de expresión son aceptables. Los homosexuales y las lesbianas interrumpen en parte lo que muchos Hospiceños suponen como un orden universal natural de polaridad complementaria (masculino / femenino, heterosexual / homosexual, masculino / femenino) en el que el comportamiento, el deseo y la expresión de género se relacionan de manera congruente y coherente. Sin embargo, la adherencia de la mayoría de las personas a otras formas de normatividad, y particularmente aquellas asociadas con el trabajo y la participación de la familia, son suficientes para otorgarles el estatus de “buen ciudadano”²³.

²³ Richardson sugiere que la comprensión occidental dominante de la relación entre el género y la sexualidad plantea un orden natural que se basa en el dualismo de género/binarios de hombre/mujer; heterosexual/homosexual; masculino/femenino. “Dentro de este marco epistemológico, la sexualidad es una propiedad del género, el que está preestablecido y ubicado en el cuerpo sexuado/sexuado”. Richardson, D. 2007. “Patterned Fluidities: (Re)Imagining the Relationship between Gender and Sexuality”. *Sociology* 41:457-74, 461.

Así, tanto para hombres como mujeres de cualquier preferencia sexual, la adherencia de guiones sociales a funciones de trabajo con género funciona como una forma de autenticación. La expresión de trabajo, género y sexualidad en las redes sociales a menudo se entrelaza, representando la conjunción de los tres que sirve para reforzar y mantener a los demás.

El punto aquí no es que todos los hospiceños caen en categorías de género polarizadas y binarias. De hecho, como demuestran muchos de los ejemplos en este capítulo, las personas se desvían de estos ideales todo el tiempo. Si bien el trabajo en parte crea la estructura en la que descansan estos ideales de género, también es el trabajo el que actúa como el conducto a través del cual a veces se los desafía. A pesar de que la tienda de sexo de Maritza en Facebook no fue tremendamente exitosa, sus expectativas de que las clientas deseen comprar juguetes sexuales evidencian claramente que la adherencia a los guiones sociales que equiparan la masculinidad con la sexualidad y la feminidad con el romance no son universales entre los hospiceños. Y las formas en que los mineros bromean entre sí, haciendo “el Titanic” u otras bromas “amariconadas”, demuestran las formas en que sus nociones de masculinidad son en realidad bastante flexibles. Por supuesto, las autocomprensiones incluyen aspectos del deseo sexual y el comportamiento. Sin embargo, como deja en claro el tratamiento de la expresión de género de hombres y mujeres homosexuales, en el contexto de Alto Hospicio, la normatividad de género reemplaza a la no heteronormativa sexualidad²⁴.

²⁴ Tanto Seidman como Chauncy han argumentado en diversos contextos que el género a menudo sirve como un “código maestro” de sexualidad, en el que la expresión de género se entiende como un signo principal de la propia sexualidad. En algunos casos, los hombres podían tener relaciones sexuales con otros hombres y aún así ser considerados como “normales” (heterosexuales) en virtud de su masculinidad, mientras que los individuos no conformes con el género eran considerados como los únicos homosexuales “reales”. Esto se corresponde en parte con los puntos de vista latinoamericanos de masculinidad ampliamente citados en los que se considera que la pareja activa o penetrante retiene la masculinidad, mientras que solo la pareja pasiva o penetrada se considera femenina, homosexual o “marica”. Ver Seidman, S. 2002. *Beyond the Closet. The Transformation of Gay and Lesbian Life*. New York: Routledge; Chauncey, G. 1994. *Gay New York*. New York: Basic Books; Wright, 2000. “Gay Organizations, NGOs, and the Globalization of Sexual Identity”; Lancaster, R. N. 1997. “That We Should All Turn Queer?: Homosexual Stigma in the Making of Manhood and the Breaking of a Revolution in Nicaragua”. Herdt, G. H, ed. *Same Sex, Different Cultures: Gays and Lesbians Across Cultures*, Boulder, CO: Westview Press. 97-115; Parker, R. 1999. *Beneath the Equator: Cultures of Desire, Male Homosexuality, and Emerging Gay Communities in Brazil*. New York: Routledge; Gutmann, M. 2003. *Changing Men and Masculinities in Latin America*. Durham, NC: Duke University Press.

Adherirse a la normatividad de género permite un margen de acción en términos de sexualidad porque todavía se percibe que los individuos siguen los guiones sociales apropiados, particularmente cuando están legitimados por su actividad económica²⁵.

Sin embargo, las maneras en que se lleva a cabo y vigila el género en las redes sociales revelan los ideales normativos de género en Alto Hospicio. Ciertamente, las representaciones de expresiones de género y sexuales no normativas aparecen en las redes sociales. Sin embargo, generalmente se enmarcan de maneras que apoyan los guiones sociales de masculinidad y feminidad complementaria, en lugar de desafiar este binario. La mayoría de los hospiceños no ven estas formas de normatividad como opresivas, sino que las entienden como preferencias naturales. Sin embargo, lo que quizás sea más revelador es el hecho de que, en lugar de proporcionar un espacio para la discusión y el debate sobre tales suposiciones, las redes sociales son un espacio público visible para reafirmar y reforzar estas normatividades. Quienes no están de acuerdo o tienen preferencias no normativas no parecen sentirse facultados para hablar a través de estos medios. De hecho, las preguntas sobre quién tiene el poder de hablar y sobre qué temas revelan el grado en que ciertas formas de normatividad se integran y se mantienen activamente dentro de la comunidad.

Ciudadanía genérica productiva

Mientras que la erudición sobre normatividad de género (y no normatividad) es abundante, entender cómo se constituyen estas normas y por qué prevalecen depende siempre del contexto²⁶. En el caso de Alto Hospicio, la adhesión a los guiones sociales normativos en muchas áreas diversas de la vida social, así como una fuerte división del trabajo, proporciona el contexto en el que la normatividad

²⁵ Mientras que muchos individuos obviamente se desviaron de ciertos aspectos de la normatividad, en su mayor parte permanecieron dentro de lo que Rubin llama el “círculo encantado” del sistema de valores sexuales. Ver Rubin, 1984. “Thinking Sex”.

²⁶ Hennessy, R. 2006. “The Value of a Second Skin”. Richardson, D., McLaughlin, J. and Casey, M. E., eds. *Intersections between Feminist and Queer Theory*. Basingstoke: Palgrave. 116-35; Kirsch, M. H. 2000. *Queer Theory and Social Change*. London: Routledge; McLaughlin, J., Casey, M. E. and Richardson, D. 2006. “At the Intersections of Feminist and Queer Debates”. Richardson, D., McLaughlin, J. and Casey, M. E., eds. *Intersections between Feminist and Queer Theory*. Basingstoke: Palgrave.

de género es muy dominante. Si bien en algunos contextos el trabajo, el género y la sexualidad no están estrechamente vinculados²⁷ en Alto Hospicio existe una estrecha relación entre los tres. La prevalencia de hombres o mujeres en una forma de trabajo se convierte en evidencia de que el trabajo exige cualidades específicamente masculinas o femeninas, y en consecuencia que los individuos de un género particular podrían ser los más adecuados para el trabajo²⁸. Estas predisposiciones hacia el trabajo manual o emocional reflejan las preferencias de género por los tipos de trabajo y las actividades de ocio. A medida que estas ideas se integran dentro de las autocomprensiones de los individuos, se afianzan aún más las concepciones binarias del género. Si bien existe una considerable flexibilidad en las nociones de un correcto desempeño de género, esto no socava la apariencia de inevitabilidad y naturalidad que continúa apoyando la división del trabajo por género.

La estrecha conexión entre aceptabilidad, normatividad de género y trabajo surge de la importancia del trabajo para la identificación marginada en Alto Hospicio. La marginalidad está asociada con la extracción de recursos, incluido el trabajo. TH Marshall define la ciudadanía como “un reclamo para ser aceptado como miembro pleno de la sociedad”, pero cuestiona que las desigualdades inherentes de las economías de mercado pueden conciliarse con nociones de membresía plena²⁹. Si bien en muchos casos la ciudadanía neoliberal se define a través del consumo³⁰, la ciudadanía marginada de los hospiceños se define a través del trabajo productivo. La participación en el mercado laboral —y, por lo tanto, la capacidad de pagar impuestos, participar en escuelas locales, formar familias y colaborar en otras actividades que hacen de las personas una parte integral de sus comunidades e instituciones locales— puede entenderse como una forma de ciudadanía participativa que permite aquellos que a menudo están excluidos de la ciudadanía ser parte de ella³¹. Por lo tanto, la centralidad

²⁷ Richardson, 2007. “Patterned Fluidities”. 470.

²⁸ Leidner, 1991. “Serving Hamburgers and Selling Insurance”, 175.

²⁹ Marshall, T. H. 2009 [1950]. “Citizenship and Social Class”. Manza, J. and Sauder, M., eds. *Inequality and Society*. New York: W. W. Norton and Co. 148–54.

³⁰ Mort, F. 1995. “Archaeologies of City Life: Commercial Culture, Masculinity, and Spatial Relations in 1980s London”. *Environment and Planning D: Society and Space* 13: 573–90; Zukin, S. 2004. *Point of Purchase: How Shopping Changed American Culture*. New York: Routledge.

³¹ Leitner, H. and Ehrkamp, P. 2003. “Beyond National Citizenship: Turkish Immigrants and the (Re)construction of Citizenship in Germany”. *Urban Geography* 24(2): 127–46.

del trabajo para este reclamo de ciudadanía significa que el trabajo también es central para las nociones de normatividad.

Dada la importancia del trabajo asalariado en las economías contemporáneas, no sorprende que el empleo sea central en la forma en que los individuos entienden sus vidas en Alto Hospicio. Al estructurar las relaciones familiares y también dentro de la comunidad, el trabajo es un factor de mediación en casi todas las relaciones que los hospiceños consideran importantes³². Si bien el trabajo puede ser importante en algunos niveles para individuos en cualquier contexto, es particularmente importante en Alto Hospicio porque proporciona otro nivel de autenticación, demostrando la posición del individuo en la comunidad y marcándola como un “buen ciudadano”. Los roles sociales destacados permiten que los individuos se entiendan a sí mismos y se presenten positivamente a la comunidad³³ a través de referencias a sus ocupaciones, formas de trabajo no remunerado y otras formas de obtener ingresos que se asemejan más a un pasatiempo que a una carrera.

Cuando Omar expresó su deseo de no trabajar fuera del hogar, por lo tanto, no solo expresó algo contrario a las divisiones normativas de género en Alto Hospicio, sino que también expresó algo entendido como contrario a identificarse con la marginalidad. No querer trabajar, en muchos sentidos, lo definió como ser un “mal ciudadano” que, en lugar de contribuir con su familia y comunidad, esperaba un “estilo de vida alternativo”.

Al proporcionar espacio para la expresión de género, así como para la identificación con actividades o aspiraciones particularmente relacionadas con el género, las redes sociales también son fundamentales para las expresiones que combinan género, trabajo y ciudadanía.

Ser un “hombre” es proveer para la familia; ser madre implica un trabajo emocional y creativo. Estas prescripciones de género para la identificación no corresponden necesariamente a la experiencia vivida de todos los hospiceños, pero sí estructuran mucho las formas en que expresan su autocomprensión en línea. Al hacerlo, revelan los ideales de buena ciudadanía de género que son centrales para el enfoque de hospiceños en cuanto a la normatividad

³² Lukacs, G. 1968. *History and Class Consciousness: Studies in Marxist Dialectics*. Livingstone, R., ed. Cambridge, MA: The MIT Press.

³³ Ashforth and Kreiner, 1999. “How Can You Do It?”.

CAPÍTULO VI

EL MUNDO EN GENERAL: COMUNIDAD IMAGINARIA EN ALTO HOSPICIO

El 1 de abril de 2014, alrededor de las 8:30 de la tarde, hubo un terremoto de 8.2 en la escala Richter¹ a 50 km de Alto Hospicio. Los edificios temblaron violentamente durante tres minutos y se cortó la electricidad. En completa oscuridad, la gente comenzó a evacuar los apartamentos y las casas cuando unos minutos después se generó otro terremoto, esta vez grado 7.8. Estos sismos causaron siete muertes, pero el desastre real se desarrolló en los siguientes días, semanas y meses.

Durante casi dos semanas no hubo electricidad ni agua corriente en la ciudad. La carretera que conecta Alto Hospicio con Iquique sufrió fisuras gigantescas, dejando a muchos varados u obligados a caminar 13 km cuesta arriba para llegar a casa. Las estaciones de servicio estaban cerradas excepto para los vehículos de emergencia, por lo que muy pocas personas pudieron siquiera salir de la ciudad. Los hogares de miles de familias se habían dañado severamente y ciudades de tiendas de campaña surgieron en cada barrio de Alto Hospicio. El equipo del servicio nacional de emergencias organizó camiones aljibe que recorrieron la ciudad, y les proporcionó cepillos de dientes y mantas a los necesitados, pero a para la ira de muchas personas solo se les asignó uno por familia. Aquellos cuyas casas estaban irreparablemente damnificadas a menudo esperaron más de un año para tener acceso a viviendas más estables, similares a las de un remolque. Los hospiceños consideraron estas medidas como una respuesta gubernamental inadecuada.

La percepción de que la asistencia del gobierno durante este tiempo fue insuficiente y lenta solo exacerbó los sentimientos de privación de derechos de los hospiceños. Mientras grupos de ciudadanos de las cercanas Arica y Antofagasta

¹ A modo de comparación, el terremoto de 2010 en Haití registró 7.0 en la escala de Richter. Sin embargo, el terremoto de Chile causó mucho menos daño y muerte debido a una mejor infraestructura.

(cada una a unas cinco horas en vehículo) organizaron brigadas de voluntarios equipados con agua, pañales y otros artículos esenciales, los hospiceños se indignaron por la lenta respuesta del gobierno nacional. Se quejaron con los vecinos en sus tiendas, en las plazas centrales, en el mercado y, por supuesto, en las redes sociales. No había electricidad, pero la gente cargaba teléfonos en generadores de servicios de emergencia estacionados en los vecindarios, o incluso en baterías de automóviles. Con todo lo demás en punto muerto, el uso de las redes sociales fue una de las únicas formas de pasar el día, esperando que las cosas volvieran a la normalidad, y se mantuvo generalizado en la atmósfera posterior al terremoto.

Mientras que los residentes de Alto Hospicio rara vez tienen gran interés en compartir artículos de noticias, posterior al terremoto aparecieron en todos los canales de Facebook. Aquellos con cuentas inactivas de Twitter comenzaron a tuitear nuevamente y las fotografías de la destrucción llenaron las cuentas de Instagram de los hospiceños. Tomás, que se había graduado de la escuela secundaria unos meses antes, publicó una fotografía en Instagram que mostraba a su familia en una carpa en la plaza frente a su complejo de apartamentos. Escribió la leyenda:

—En el refugio esperando cuanto temblor venga... saludos desde #altohospicio #palaspeliculas #palasnoticias #palmundo.

Aunque los jóvenes usuarios de Instagram a menudo escribían *hashtags* como #altohospicio o #chile como una forma de representarse, los *hashtags* de Tomás se apartaron de este comportamiento habitual al anunciar explícitamente que la representación de Alto Hospicio y lo que sucedió allí eran —para el cine, las noticias y el mundo—. Aunque en realidad no esperaba que las películas o el mundo prestaran atención, estos *hashtags* expresaban esperanza.

Las fotografías de los hospiceños incluyeron la carretera fracturada, los techos caídos y las casas con las pertenencias de los residentes esparcidas por todo el piso después de ser sacudidas de las paredes, estantes y gavetas. Otros publicaron fotos de campamentos improvisados, que representan los nuevos arreglos de vivienda de aquellos cuyas casas fueron destruidas o que aún eran demasiado inestables como para ser habitadas durante las continuas réplicas, que iban desde 6 a 6.5 en la escala de Richter. Las fotos de las personas que hacían la cola en busca de agua, gasolina y vacunas fueron bastante populares, al igual que las imágenes de los estantes de las tiendas vacías. Las leyendas y los *hashtags* de estas fotos parecían pedir reconocimiento no solo por la destrucción que ocurrió, sino también por las continuas dificultades a las que se

enfrentaban las personas, que vivían en una ciudad que esencialmente había perdido toda su infraestructura.

Estas fotografías dan una idea de las formas en que las personas pueden imaginarse a sí mismas como parte de, o al menos digna de atención, de la nación de la que normalmente se sienten excluidos. Mientras que algunos vecinos escribieron sus afirmaciones de ser parte de la nación en carteles de cartón, estos jóvenes usuarios de Instagram reclamaron un lugar en la nación simplemente mediante el uso de #porlasnoticias y más frecuente #chile.

El uso de los hospiceños de *hashtags* enfocados hacia el exterior durante este tiempo sugiere que estos usuarios vieron internet y las redes sociales como una salida para sus voces. Aunque por lo general asumen que nadie está prestando mucha atención a sus *selfies* y sus amistades, en un momento de crisis intentaron apoderarse de los nuevos medios para reafirmar su lugar dentro de la nación, aunque solo fuera como un reclamo de ayuda y recursos necesarios, así como también dar testimonio del mundo de lo que estaba pasando.

El uso de las redes sociales después del terremoto, por supuesto, representa una anomalía que contrasta marcadamente con las formas generalmente locales en que los hospiceños usan las redes sociales. Sin embargo, particularmente

Figura 6.1
Fotografía de Instagram del autor de un letrero cerca
de un gran complejo de apartamentos



en las declaraciones de que Alto Hospicio no debe ser olvidado como parte del Estado-nación, es claro que los hospiceños, a pesar de sus sentimientos de privación del derecho al voto, aún se sienten parte de la “comunidad” chilena.

Los hospiceños a menudo experimentan su posicionamiento en contraste con —el mundo más amplio— y el estado—nación chileno, viendo más bien la autosuficiencia y el compromiso con la comunidad como más importantes que las afiliaciones más amplias. Sin embargo, sus afiliaciones en todos los niveles sirven para dar forma y reforzar las formas de normatividad que prevalecen, lo que contribuye significativamente a los guiones sociales por los que a menudo se ven afectadas sus vidas cotidianas. Si bien internet y las redes sociales en particular han sido consideradas fenómenos que unen el mundo, aumentan la comunicación y posiblemente incluso homogeneizan personas de diversos orígenes, en Alto Hospicio las redes sociales han reforzado abrumadoramente el enfoque en la —comunidad— local.

Imaginando comunidad en Alto Hospicio

Los hospiceños se entienden a sí mismos como un grupo políticamente poco importante porque los políticos no necesitan su apoyo o voto. Sin embargo, la marginalidad es mucho más que simple representación política. Ser marginado se trata en parte de privación de derechos, pero también de vivir sin necesidades básicas. Se trata de ser un productor en lugar de un consumidor. Los hospiceños carecen tanto de poder político como de poder adquisitivo, y dentro de una economía política neoliberal son excluidos tanto por la política centralizada como por el sistema consumista. A menudo consideran que su compromiso con la comunidad es más importante que las afiliaciones más amplias. En los últimos años, los antropólogos han admitido que las —comunidades— que estudian rara vez son tan cohesivas como alguna vez lo creyeron los primeros académicos². Si las comunidades están enraizadas en una ubicación geográfica o se conceptualizan en torno a un interés, actividad o cosmovisión compartida, no son formaciones naturales, sino producidas activamente por las personas que se consideran a sí mismas pertenecientes a la comunidad particular, a través de

² Gregory, S. 1998. *Black Corona: Race and the Politics of Place in an Urban Community*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

acciones y discursos³. En esencia, la comunidad solo existe cuando por aquellos que quieren pertenecer a ella.

La identificación con la comunidad en Alto Hospicio funciona en diferentes niveles, al igual que la proclamación de Nicole, “Soy hospiceña, soy nortina y luego soy chilena”. Los hospiceños se ven a ellos mismos como desacreditados, pero merecedores de un lugar en la nación chilena. Aunque carecen de “camadería horizontal”, o la sensación de que están en igualdad de condiciones con los cosmopolitas —otros— de Santiago, sus afirmaciones de que “Hospicio es también Chile” representan una re concepción de lo que significa ser chileno.

Alto Hospicio es una ciudad lo suficientemente pequeña como para que los habitantes se encuentren cara a cara, pero a medida que sus ansiedades y sospechas sobre los extranjeros (discutidos en el capítulo 4) demuestran, las personas no se convierten inmediata o automáticamente en parte de la comunidad resultado de su presencia allí. Sin suficientes conexiones sociales, los individuos desconocidos aún son extraños; se consideran el tipo de personas que podrían incluso robar teléfonos móviles en la plaza. En cambio, la normatividad es un discurso poderoso a través del cual se imagina una idea de cohesión comunitaria. En lugar de que su cercanía física sea suficiente, la mayoría de los hospiceños sienten que la base de su sentido de comunidad proviene de sus valores sociales compartidos y sus sentimientos de privación de derechos. Pertenecer, para los hospiceños, toma la forma de una exclusión compartida de las instituciones de poder y las respuestas colectivas que incluyen el intercambio de recursos, la disidencia y el distanciamiento ideológico de las personas y los lugares que asocian con este poder institucional.

Frazier sugiere que la región norte de Chile ha sido —incorporada solo parcialmente a la nación—⁴. La construcción de la nación, como proyecto político, depende de la inversión de las personas en ese proyecto y, como hemos visto en Alto Hospicio, la inversión en el estado nación es mínimo. Pero los hospiceños no necesariamente rechazan las nociones de nacionalismo y ciudadanía. En el contexto de dos siglos de —chilenización— explícita, ellos reconfiguran lo que

³ Valentine, recurriendo a Anderson, sugiere que “ya sea geográficamente limitada o no, la comunidad no es un hecho natural sino un logro, un proceso que no ocurre sin el ejercicio de la agencia y el poder”. Ver Valentine, D. 2007. *Imagining Transgender: An Ethnography of a Category*. Durham, NC: Duke University Press. 73; Anderson, 1983. *Imagined Communities*.

⁴ Frazier, 2007. *Salt in the Sand*. 3.

entienden como nación, enmarcando sus propias experiencias marginadas como las que son auténticamente chilenas y las experiencias de ciudadanos urbanos cosmopolitas más centralizados como otro. A través de las redes sociales, los hospiceños destacan ciertos aspectos de la identidad chilena que corresponden a sus propias experiencias. Del mismo modo que muchos jóvenes utilizaron Facebook e Instagram para dar testimonios durante el terremoto, los residentes recurren a las redes sociales para hacer visibles los aspectos de chilenidad con los que se identifican y representar el área local de manera que correspondan a ciertos ideales de homogeneización.

Privación de derechos de la política nacional

Comencé mi trabajo de campo en Alto Hospicio solo dos meses antes de las elecciones presidenciales nacionales, sin embargo, apenas había anuncios visibles para los candidatos presidenciales en la ciudad. En cambio, casi todos los carteles políticos anunciaban candidatos locales del Consejo Regional.

Mi vecina, Sarita, madre soltera en sus cuarenta de un niño, explicó sus puntos de vista sobre la política, haciéndose eco de los de muchos otros hospiceños.

Figura 6.2
Grafiti



—[Los políticos] son todos corruptos, nada cambia, y es como elegir al candidato menos terrible. Todos dicen que son del pueblo pero una vez que están en el gobierno solo se ayudan a sí mismos, y se meten en negocios que les pagan. Todo funciona por los negocios aquí, y los ricos se hacen más ricos y los pobres se vuelven más pobres. La clase media se empobrece todo el tiempo también. ¡Pronto la gente de clase media no existirá!

La exasperación de Sarita reflejaba la apatía expresada por muchos otros hospiceños. El fin de semana antes de las elecciones estaba hablando con un grupo de jóvenes mineros que estarían en su turno de trabajo de una semana durante las elecciones. Les pregunté si tenían que votar temprano o si la compañía les dio permiso para regresar a Alto Hospicio para votar.

—Oh, bueno, no voy a votar. No sé cómo funciona con la mina —me dijo uno de ellos.

Los otros estuvieron de acuerdo, diciendo que pensaban que la compañía daría a la gente tiempo libre para votar, pero ninguno de ellos vio mucho sentido en la votación.

—Los candidatos son todos iguales de todos modos. Y nunca hacen nada por el Norte. Simplemente toman nuestro dinero en beneficio de Santiago.

Esta fue la primera elección presidencial en el país en virtud de una nueva ley que derogó el voto obligatorio, y muchas personas sugirieron que la población estaba aliviada de que ya no tenían que participar en un sistema que percibieron como corrupto e inútil.

De hecho, en todo Chile, 5,7 millones de un posible 13,5 millones (42,2%) votaron en esta primera elección presidencial en la que las votaciones fueron voluntarias. La región norte de Tarapacá, con una tasa de participación de menos del 39%, tenía la tasa de votación más baja⁵. Como dijo la recién electa (por segunda vez) Michelle Bachelet en su discurso de victoria de Santiago:

—Hoy muchos chilenos no votaron. Debemos persuadirlos a creer de nuevo, no en mí, no en un partido, no en un grupo político. Tenemos que hacerles creer de nuevo en la democracia.

Con esto, Bachelet reconoció un sentido más amplio de exasperación con la política, de la cual los hospiceños eran solo una parte, pero también el ejemplo más extremo.

⁵ Druttman, B. and McHugh, E. “Candidates Look to Chile’s Outlying Regions to Boost Votes”. *The Santiago Times*, 2 December 2013. Disponible at <http://santiagotimes.cl/candidates-look-chiles-outlying-regions-boost-votes/>

Por lo que se veía en las publicaciones de Facebook la exasperación con el sistema político era bastante clara. Los memes humorísticos que desprestigian a los principales candidatos inundaron mi bandeja de noticias. Muchos jugaron sobre el tema de “Si tu madre va a votar por Michelle [Bachelet], róble su carnet de identidad”. De hecho, casi todos los mensajes políticos fueron memes cómicos, compartidos en innumerables ocasiones. Aunque aparecieron algunos enlaces a artículos de periódicos, los mensajes originalmente compuestos que proclamaban las razones personales de uno para votar de manera particular, o incluso las razones por las cuales un candidato en particular era una opción pobre, eran prácticamente inexistentes.

Como en muchos países de América Latina, Chile tiene una plétora de partidos políticos y en las elecciones de 2013 hubo 17 candidatos. Esto requirió una segunda vuelta electoral después de la votación inicial del 17 de noviembre de 2013.

En las semanas previas a la segunda elección, el 15 de diciembre, los memes se intensificaron, y en particular se compararon los dos candidatos restantes. Tanto Michelle Bachelet como su adversaria Evelyn Matthei son rubias, mujeres de mediana edad que de hecho crecieron juntas. Representan al Partido Socialista y a la Unión Demócrata Independiente, ambos considerados como dominantes y centralistas⁶. Muchos memes se basan en el hecho de que las mujeres son muy similares, pero al mismo tiempo muy diferentes del ciudadano promedio de Alto Hospicio o Iquique.

Un meme se burla de Matthei y Bachelet, jugando con sus ropas de colores brillantes. Con Matthei en amarillo y Bachelet en rojo, el meme se refiere a ellas como Bilz y Pap, una popular marca chilena de refrescos que ofrece un refresco rojo y una bebida amarilla con sabor a papaya. La publicidad de la marca declara “Yo quiero otro mundo” promocionando temas de creatividad e imaginación. Sin embargo, el meme sugiere a estas mujeres “viven en otro mundo”, separando sus vidas de las experiencias marginadas de los hospiceños.

Memes como estos son la forma principal a través de la cual los hospiceños expresan el posicionamiento político en las redes sociales. No son tímidos

⁶ El Partido Socialista de Chile es centroizquierda; era el partido de Salvador Allende y ahora es parte de la Nueva Mayoría. La Unión Demócrata Independiente es centroderecha, fundada en 1983 por colaboradores de Pinochet. Fue el partido con la mayor representación del Congreso entre 2010-14. Ambas partes hoy se consideran bastante convencionales.

Figura 6.3
Meme que representa a Matthei y Bachelet correspondientes
a la marca de refrescos Bilz y Pap



para comunicar sus críticas o desconfianza de los políticos en Facebook, pero la cantidad de contenido original es muy limitada. Las personas suelen publicar memes sin comentarios y, a diferencia de la mayoría de otras actividades de Facebook, obtienen muy pocos comentarios de amigos, aunque a menudo reciben docenas de “me gusta”. La gente en general simplemente expresa desdén o molestia en cuanto a la política nacional, viéndolo como algo muy alejado de sus preocupaciones y de muy poco impacto en sus vidas diarias. Como Alex me dijo un tiempo después de las elecciones:

—No soy muy político. Solo sé que no siento ningún beneficio del gobierno.

Esto no me sorprendió. Alex había rechazado anteriormente ver conmigo la película *NO*, que representa el referéndum de 1988 para decidir la permanencia de Pinochet en el poder. Sigue a la oposición —el voto “No”— y su campaña publicitaria que eventualmente gana el derecho del pueblo a elegir a un presidente democráticamente. La película, dirigida por el chileno Pablo Larraín, fue nominada para un Oscar de idioma extranjero y fue considerada un éxito internacional. Pero Alex dijo que no tenía ningún interés en verla porque realmente no entendía la política.

—La gente de la edad de mis padres y abuelos, sobrevivieron. Pero realmente no conozco la historia, así que películas como esta. Bueno, prefiero ver *The Walking Dead* o algo así.

Juan, un activista local y ex líder del movimiento estudiantil, ayudó a explicar la apatía que percibí entre muchos hospiceños.

—Hay una generación perdida en la izquierda en Chile. La dictadura de [Pinochet] hizo un excelente trabajo para deshacerse de la oposición. Mataron o “desaparecieron” a todos. No quedaba nadie al final. Nadie para liderar un resurgimiento. Así que estamos empezando de nuevo.

Las violentas atrocidades políticas experimentadas hace una generación, junto con la perdurable separación política que los hospiceños perciben entre el Norte y Santiago, explican en gran parte el hecho de que las personas se sienten alienadas por la política nacional. La mayoría de los hospiceños se reservaron la etiqueta de —política— para los asuntos nacionales de los que generalmente expresan distancia. Aunque se identifican fuertemente con aspectos particulares de la cultura chilena, ven su ciudadanía a través de un marco de privación de derechos y desinterés. Sin embargo, para muchos su sentido de comunidad requiere un cierto nivel de participación en la política local. Al enmarcar este

Figura 6.4

Meme que representa a las candidatas presidenciales de 2013 Bachelet y Matthei



tipo de actividad como —participación de la comunidad—, separan lo que consideran una concentración necesaria en cuestiones locales de lo que generalmente se consideran tratos políticos corruptos a nivel nacional. Tal demarcación les permite o denunciar “Política”, mientras permanece involucrado en la dinámica local del municipio.

Política local

Juan y sus compañeros [camaradas o asociados políticos] se ven a sí mismos como parte de la reconstrucción de la izquierda chilena⁷. Se postulan para la oficina de la ciudad, organizan exhibiciones de arte y representaciones, protestan contra el capitalismo multinacional neoliberal, organizan estudios que promueven la responsabilidad ambiental y incluso han fundado su propio partido político. Estos antiguos compañeros de la Universidad Arturo Pratt en Iquique ven el cambio local como el medio a través del cual es posible un cambio a gran escala. Juan, quien actuó como gerente de campaña de facto de la campaña Consejo Regional de Raquel, me dijo la víspera de las elecciones preliminares que votaría “evidentemente” por Raquel, pero aún no había decidido por qué candidato presidencial votaría. Para él, las elecciones locales eran mucho más importantes.

La primacía de lo local en cuanto a las elecciones se hizo visible también con los mensajes de Juan y Raquel en Facebook. Diariamente publicaron artículos de periódicos de la zona sobre los candidatos. Una noche, mientras tomaba té con los dos, Raquel explicó su plataforma, que se enfocaba en un mayor acceso a los servicios públicos y en revertir las olas masivas de privatización que han sucedido en Chile desde la década de 1980. Al final de la conversación, Juan mencionó un video de YouTube que debería ver para obtener más información sobre la campaña de Raquel. Al día siguiente, me envió un enlace al video que decía:

—Esto explica algo de lo que estaba hablando anoche. Avísame si lo entiendes.

⁷ Dada la historia de los movimientos obreros en la región, no fue sorprendente encontrar que la “política” (definida por Hospiceños) estuviera polarizada, no entre “conservador” y “liberal”, sino entre lo que podría describirse como políticas socialistas de izquierdas y apatía sobre la política nacional en general. Por lo tanto, abordé la apatía en la sección anterior y analizo aquí a los jóvenes activistas de izquierda: las discusiones sobre la política conservadora siguen ausentes para reflejar el hecho de que, entre los hospiceños, la participación activa en las organizaciones políticas conservadoras era mínima, si es que existía.

El video de la campaña⁸ para la candidata presidencial Roxana Miranda del Partido Igualdad, hacía una breve descripción del proceso de privatización en Chile y promovía la plataforma de renacionalización de Miranda para ciertos sectores. Con el video Juan conectó la campaña de Raquel a una más grande, sin embargo, no la enmarcó como parte de un movimiento nacional, sino más bien como la plataforma del candidato nacional que sirve para explicar aún más la plataforma local de Raquel.

Incluso fuera de la temporada electoral, los memes que estos compañeros publican en Facebook corresponden a preocupaciones locales o regionales, como las fronteras con Perú y Bolivia, en lugar de cuestiones nacionales. A menudo publican memes simplemente como recuerdos de eventos importantes en la historia local, como las acciones del régimen de Pinochet o la organización laboral Nitrato de Chile. Estos memes a veces piden participación en protestas o eventos, y otras veces simplemente proporcionan un recordatorio visual del pasado.

Cada año, a medida que se acerca la mitad de diciembre, las páginas de Facebook de los hospiceños se llenan de publicaciones inspiradas en la Navidad. Fotos de la familia paseando por el bosque de árboles iluminados que domina la ciudad de Iquique desde Alto Hospicio aparecen junto a memes divertidos sobre un Papá Noel demasiado perezoso para entregar regalos después de fumar marihuana. Como en gran parte del mundo, diciembre es un momento de celebración, con amigos y familiares enviándose mensajes de saludos estacionales a través de las redes sociales. La mayoría de los hospiceños publica fotos de sus casas decoradas con árboles y luces artificiales o mostrando a los niños que participan en actividades con temas navideños en la escuela.

Pero mediados de diciembre, en el norte de Chile, es para algunos un momento de recuerdo de la masacre de la Escuela Santa María. El 21 de diciembre de 1907, miles de mineros en huelga de los campos de nitrato de la zona fueron abatidos bajo el mando del general Roberto Silva Renard, luego que negaran a disolverse. Habían acampado durante una semana en Iquique para solicitar la intervención del gobierno para mejorar sus condiciones de vida y trabajo. Se estima que fueron asesinadas unas 2.000. Durante muchas décadas el gobierno suprimió información sobre la masacre. Sin embargo, en 2007 el gobierno realizó una conmemoración muy publicitada de su centenario, que incluyó un día nacional oficial de luto y el nuevo enterramiento de los restos de las víctimas.

⁸ Ver el video en https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=sQyH-crq1F2U

Figura 6.5

Meme publicado por varios jóvenes hospiceños que piden la participación en un evento que conmemora la Masacre de la Escuela Santa María



Las fotos festivas y los mensajes compartidos en Facebook en los días previos a la Navidad se entremezclan con recordatorios de esta tragedia histórica. Estos mensajes a menudo requieren la participación en ceremonias de recuerdo y marchas de protesta. Aunque a menudo son publicados por personas de entre 20 y 30 años, estos eventos se construyen para todas las generaciones. Como lo atestigua el volante a continuación, una marcha de protesta a menudo va acompañada de bandas en vivo con mensajes y actividades políticas y juguetes para niños, incluidos animales con globos.

Mientras que en otras partes del país se le da mucha más importancia a recordar eventos como el golpe de Pinochet (11 de septiembre de 1973)⁹, en el norte, incluso cuando se recuerda el pasado, las preocupaciones locales superan las cuestiones nacionales. En particular, es importante reconocer los eventos que destacan la solidaridad de clase y trabajo a través de otros tipos de fronteras y diferencias. Para los jóvenes activistas, la política local está relacionada con cuestiones e historias más amplias, pero con sus propios enfoques locales distintivos.

⁹ Ver Han, C. 2012. *Life in Debt: Times of Care and Violence in Neoliberal Chile*. Berkeley, CA: University of California Press.

Jóvenes activistas como Raquel y Juan usan las redes sociales para abrazar sus propios puntos de vista políticos, así como para demostrar las relaciones entre sus formas de política y las de los movimientos más grandes. Pero en Alto Hospicio solo una pequeña minoría participa en este tipo de conciencia política. Solo el 11% de los encuestados dijeron que sentían que las redes sociales habían facilitado o influido en su participación en la política. Sin embargo, la interpretación de la palabra —política— es clave aquí¹⁰.

No definí estrictamente el alcance de la política. En las entrevistas y las conversaciones diarias, estaba claro que la mayoría de las personas definía la política como operando a nivel nacional, mientras que los asuntos locales se enmarcaban como asuntos comunitarios. Los grupos de Facebook que promueven la construcción de un hospital en Alto Hospicio, que se oponen a las altas tarifas de estacionamiento en Iquique o que simplemente organizan a los vecinos para pedir más recursos para su vecindario son populares, pero no se los considera “Política”. Por lo tanto, las personas contribuyen a la comunidad de otras maneras, a menudo utilizando las redes sociales como un conducto, y al hacerlo, realizan visiones contextualmente normativas de lo que la comunidad debería ser. Las publicaciones visualizan el tipo de comunidad que los ciudadanos desean para Alto Hospicio. Los adultos de mediana edad, y en particular las mujeres, suelen usar las redes sociales para promover los tipos de programación comunitaria que consideran importantes para una comunidad unida.

Yesenia, que trabaja a tiempo parcial para el gobierno municipal, es uno de los ejemplos más visibles de este uso de las redes sociales. Al menos una vez a la semana, publica fotos y un breve resumen escrito de un evento comunitario al que asistió o ayudó a organizar. Estos incluyen celebraciones familiares en el carnaval y un programa de telescopio y astronomía itinerante, así como eventos que ella y su colega Paula organizan mensualmente con personas de la tercera edad. Sus comentarios al respecto a menudo son muy indicativos de sus ambiciones de hacer que la comunidad sea más segura y tenga una orientación más cívica.

¹⁰ Debido a la diferencia que percibí en las definiciones locales de política con mi propia definición más amplia, en este capítulo utilizo la Política (con una P mayúscula) para indicar el tipo de cuestiones e instituciones nacionales que la mayoría de los hospiceños consideraba política y políticas (con una p pequeña) para indicar una noción más amplia de política como discusiones locales, regionales, nacionales o internacionales y el ejercicio del poder que tienen que ver con el gobierno, la ley y las negociaciones entre las libertades individuales y las regulaciones gubernamentales.

Cerca de Halloween en 2014, Yesenia publicó una serie de fotografías tomadas durante una fiesta de disfraces con adultos mayores en Alto Hospicio, acompañada de la leyenda:

—Disfrutando con los adultos mayores de nuestra ciudad... Tenemos que cuidarlos y protegerlos como nos gustaría a nosotros mismos.

Especialmente en su observación “tenemos que cuidarlos y protegerlos como nos gustaría”, Yesenia plasma su propia participación comunitaria, con el objetivo de establecer un ejemplo para aquellos que ven su perfil. No solo está demostrando lo que ha hecho, sino que también hace un llamamiento a otros en Alto Hospicio para que participen en la imaginación de un tipo particular de comunidad con ella. Estas publicaciones suelen precipitar los comentarios de otras mujeres que han participado en los programas, así como docenas de “me gusta” de los participantes, vecinos, colegas en el gobierno municipal y otros conocidos. No solo Yesenia está realizando lo que promueve como un compromiso positivo de la comunidad; está ofreciendo una visión que es apoyada por otros en la comunidad también.

Figura 6.6
Fotografías de actividades comunitarias



En este tipo de publicaciones, residentes como ella construyen activamente una visión para la horizontalidad de la comunidad, tratando a los demás como a uno le gustaría que lo trataran, cuidando a los menos afortunados y compartiendo los recursos de la comunidad. En el contexto de un Estado-nación que se percibe como ausente, los mensajes como los de Yesenia, Juan y Raquel tienen un subtexto de autosuficiencia, reconociendo que los miembros de la comunidad deben crear su propio apoyo social o métodos de cambio. Sin embargo, estos puestos también promueven la normatividad, ya que no representan ninguna aspiración individual de superar a una comunidad en apuros. En su lugar, piden una aspiración colectiva en la que cada individuo debería ayudar a mejorar a la comunidad en conjunto.

Ser culturalmente chileno

Mientras que los hospiceños a menudo se distancian de Santiago y la política nacional, su sentido de ser culturalmente chileno es fuerte. Los memes que demuestran su chilenidad son comunes en Facebook y en plataformas como WhatsApp, Tumblr e Instagram. Sin embargo, lo que se llama cultura chilena depende en gran medida del contexto, y la proximidad a los centros cosmopolitas, así como la clase, la educación y la identificación racial, tienen un impacto significativo sobre lo que los individuos consideran los sellos distintivos de la sociedad chilena.

Mucho de lo que los hospiceños están redefiniendo es el sentido de clase social que es representativo de los “verdaderos chilenos”. Méndez¹¹ argumenta que los límites de clase en Chile juegan un papel crítico en la vida social, y la “clase media” se considera central para la autenticidad chilena en Santiago. Sin embargo, los hospiceños posicionan la identidad urbana de Santiago como una excepción de lo que consideran auténticamente chileno. En su lugar, perciben que sus propias experiencias marginadas son más representativas de la verdadera “chilenidad”¹². Asimismo, se apresuran a distinguir sus experiencias vividas de

¹¹ Méndez, M. L. 2008. “Middle Class Identities in a Neoliberal Age: Tensions between Contested Authenticities”. *Sociological Review*, 56(2): 220–37.

¹² El PIB regional de Tarapacá es menos de \$9 mil millones, mientras que el de Santiago supera los \$173 mil millones. Ver “GDP per capita, PPP (current international \$)”, World Bank (2011).

las de la capital cosmopolita, y al hacerlo dan importancia a su propio sentido de normatividad. Las publicaciones en las redes sociales son una pista importante de las formas en que los hospiceños imaginan a la nación.

A menudo usan el nombre “Santiago” para representar a las personas cuyas vidas se definen por la conciencia de clase, el consumismo y las conexiones internacionales, los políticos que canalizan recursos fuera de la región y, lo más importante, la política nacional de la cual los hospiceños se sienten privados de derechos. En lugar de verse a sí mismos fuera de la nación que Santiago representa, imaginan Santiago como la anomalía, la ciudad cosmopolita en una nación en lo que prima es la gente normativa de clase trabajadora. En esencia, invierten la lógica de la marginalidad, ubicando a las personas marginadas en el centro y aquellas que ejercen el poder de marginar como el otro. Este sentimiento está particularmente bien representado con el meme que se muestra en la [figura 6.7](#), compartido por varios adolescentes y jóvenes en noviembre de 2014.

Un joven de veintitantos años que compartía este meme con esta leyenda: —Está muy lejos de todo.

Con esto quiere decir que la distancia entre Santiago y —todo— es más que solo física: el capital representa una diferencia tipo de mentalidad y estilo

Figura 6.7
Meme que representa la distancia de Santiago



de vida también. Es el hogar de políticos, tipos cosmopolitas y gente rica, particularmente aquellos que se benefician de la minería en la región norte.

Si bien Santiago puede parecerle a los extranjeros y a los que viven en la Región Metropolitana como “Chile propiamente tal”, no es el “Chile” con el que se identifican los pueblos del Norte, como lo demuestra su uso frecuente del *hashtag* #SantiagoChile (“Santiago no es Chile”). Consideran que el Norte es más normativamente chileno en muchos aspectos. En julio de 2014, muchos hospiceños circularon el meme “Diez razones para confirmar que Jesús era chileno”. El meme fue compartido tanto por aquellos que asistían regularmente a los servicios católicos, metodistas o evangélicos de la iglesia como por aquellos que se consideraban agnósticos, ateos, cuestionadores de religión o no religiosos. En esencia, el humor del post lo hizo adecuado para cualquier chileno.

Cada una de estas razones refleja algo considerado “chileno” que no está asociado con la excepcionalidad o una cierta afiliación de clase, pero que abarca estas divisiones. Para elaborar: (1) Chile es un importante país vitivinícola, lo

Figura 6.8
Meme



que significa que el vino es bastante barato y lo disfrutan personas de todo el país y de todos los medios económicos, como (4) lo indica. Cualquier ocasión, sea la que sea, es buena para celebrar (9). Los hospiceños también perciben una parte esencial de su “chilenidad” como la lealtad hacia sus amigos y sus redes sociales; la traición se considera el peor tipo de comportamiento, así (2) y (3) corresponden a su concepción de amistad (además las palabras inglesas “brother” y “bro” se usan ampliamente para sustituir a “amigo”, particularmente entre hombres jóvenes). El número (5) es particularmente notable en el norte, donde la pesca es una industria importante, después de la minería y la importación; y aunque la prostitución no es particularmente común o visible en Alto Hospicio, el sentimiento corresponde a la idea de que uno debe ser amigo de todo tipo de personas, en lugar de sentirse superior. Las construcciones familiares a menudo dictan que los niños viven con sus padres hasta el matrimonio (y a menudo durante bastante tiempo después), lo que permite que muchos menores de 40 años puedan vivir sin trabajar, correspondiente a los números (6) y (7). Este meme vuelve a enmarcar aspectos aparentemente mundanos de una vida chilena normal, jugando con el conocimiento común de la religión.

De hecho, muchos de los mensajes que se identifican con una concepción de la nacionalidad chilena destacan las formas mundanas de la vida social. Algunas publican fotos de alimentos típicamente chilenos, como perritos calientes o pichangas [un plato de papas fritas cubiertas con cebolla, carne de res, salchichas y huevo frito]. Otros muestran la bandera para las fiestas patrias el 18 de septiembre o una juego por el equipo nacional de fútbol. En otras ocasiones, el lenguaje utilizado es suficiente para indicar una asociación con la nacionalidad chilena.

De hecho, el lenguaje es probablemente la forma más común de expresar la identidad nacional en las redes sociales, incluso cuando se usa de manera inconsciente, por ejemplo, al escribir actualizaciones de estado diarias en Facebook. Los chilenos son conocidos por su pronunciación distintiva que implica dejar caer letras, arrastrar palabras juntas, uso intensivo de la jerga y agregar el “poh” prácticamente carente de sentido a casi todas las expresiones. También conjugan a la segunda persona informal como vos en lugar de tú, de modo que uno debería preguntar a un amigo “¿como estai?” en lugar de “¿como estás?”. Esta conjugación también crea la frase común “¿cachai?” —proveniente del inglés to catch—, utilizada tan comúnmente como una inserción de final de frase similar “you know?”. Los hospiceños, como otros chilenos, también emplean con frecuencia la palabra “weon”; algo equivalente a “amigo” pero que también

puede significar idiota. Los chilenos se dan cuenta de que este uso del lenguaje es único y ven su habilidad para distinguirse por medios lingüísticos como un motivo de orgullo.

Por lo tanto, aunque los usuarios pueden usar inconscientemente ese lenguaje en las publicaciones de las redes sociales, también adoptan un enfoque autoconsciente respecto del uso del idioma y, a menudo, destacan su rareza, particularmente en los memes divertidos. Aunque primero fue creado y compartido por un boliviano con amigos chilenos, el meme de la [figura 6.9](#) fue ampliamente compartido por hospiceños, mostrando un sentido de orgullo por su humorístico (pero difícil de seguir) estilo de español.

Si bien este ejemplo quizás sea exagerado (aunque no necesariamente más exagerado de lo que algunas personas se vuelven naturalmente con algunas cervezas Cristal) y pretende ser gracioso, también retrata una forma de orgullo nacional asociado con el uso de chilanismos. La forma distintiva de hablar marca a uno como inequívocamente chileno, y por lo tanto incluido

Figura 6.9
Meme que muestra las convenciones del lenguaje chileno



dentro de una nación que ellos imaginan como horizontal (con la excepción de Santiago) en términos de clase trabajadora, racialmente homogénea y por lo demás normativa.

Despolitizar la indigenidad

Los hospiceños representan a la nación chilena en las redes sociales de ciertas maneras, para incluir su propia comunidad dentro de esa imaginación, pero también imaginan su propia ciudad de cierta manera para promover el tipo de solidaridad que crea un sentido de pertenencia. La normatividad de clase a menudo toma la forma de aceptación de la inestabilidad económica que es parte de un estilo de vida de clase trabajadora. Sin embargo, quizás lo más importante, particularmente porque Alto Hospicio es una ciudad de migrantes, es que promueven la homogenización nacional y racial de manera que borran identidades subalternas específicas a favor de un sentido más amplio de marginalidad.

Si bien los resultados del censo y las encuestas sugieren que alrededor del 10 por ciento de los hospiceños se identifican como indígenas, estas identificaciones no son demasiado visibles en la vida cotidiana. Así como Nicole y su familia nunca mencionaron el hecho de que tienen orígenes quechuas, la mayoría de los indígenas pueden identificarse como tales en una encuesta sin ver esta forma de identificación como central en sus vidas diarias. Como tal, la indigenidad permanece en su mayor parte escondida en Alto Hospicio. Al igual que otras formas de vida social, las fiestas, reuniones y suelen ser asuntos privados que se llevan a cabo en el hogar, y por igual los organizados por los pueblos indígenas no son públicamente visibles. Conocí a varios migrantes bolivianos en Alto Hospicio: mujeres jóvenes de La Paz que vendían productos de cocina de plástico en el mercado Agro; dos hermanos y sus esposas de Cochabamba, que poseen un túnel de lavado cerca del distrito comercial central; y varias familias que viven en el vecindario pobre donde opera el programa extraescolar “La Escuelita”. Sin embargo, estas personas no participan públicamente en las actividades culturales bolivianas ni en las celebraciones de sus fiestas nacionales. Tampoco ondean la bandera boliviana frente a sus casas, como muchos hospiceños hacen con la bandera chilena. En cambio, sus fiestas son privadas, generalmente las celebran en pueblos del Altiplano en lugar de en Alto Hospicio. Su nacionalidad solo se hace visible mediante el uso de ciertos términos distintivos, como “pues” (en contraste con el “poh” chileno, simples palabras de relleno) y “no ve” (en contraste

con el “cachai” chileno). Qué significa ¿sabe usted? o ¿entiendes?

En Alto Hospicio, para la mayoría de los residentes, la indigenidad no es una categoría importante con la cual identificarse porque el sentido de marginalidad en la privación de derechos de la política nacional reemplaza identificaciones más específicas de marginalidad. Incluso el Consejo Nacional Aymara ofrece una biblioteca y recursos de consulta para los pueblos indígenas que buscan acceder a los beneficios del gobierno, pero no patrocina eventos públicos. Su página de Facebook se usa principalmente para publicitar tales servicios o formas generales de buena ciudadanía, por ejemplo, promoviendo la biodiversidad y la creación de parques nacionales. Debido a la privacidad de la mayoría de las reuniones personales, las redes sociales son uno de los espacios sociales más visibles de Alto Hospicio. Sin embargo, en este espacio la indigenidad generalmente permanece invisible o subsumida dentro de una marginalidad más general.

Cuando los temas de la indigenidad y los migrantes internacionales son visibles en las redes sociales, casi siempre representan una perspectiva chilena no indígena. Los chilenos por nacimiento se quejan de que los migrantes están tomando recursos que legítimamente les pertenecen, por ejemplo, el acceso preferencial a la vivienda, una mayor cobertura de salud o los bonos otorgados a las madres para cubrir los costos del cuidado infantil. Durante ciertas épocas del año cuando estos problemas se vuelven más frecuentes, surgen numerosas quejas en Facebook. Aunque ciertamente hay hospiceños que son sensibles a la difícil situación de los migrantes, no aparecen condenas públicas de este tipo de mensajes. En cambio, los mensajes son compatibles con —me gusta— y comentarios positivos o se dejan sin respuesta. Mientras que la indigenidad es oficialmente una categoría considerada —vulnerable— en la retórica estatal, la mayoría de los hospiceños sienten que la marginalidad financiera y política de todos los residentes deben ser tratados por igual. En muchos sentidos, se resienten de las posibilidades adicionales otorgadas a los pueblos indígenas en áreas tales como la atención médica y la vivienda.

Como han descubierto otros estudiosos¹³ de la indigenidad, los discursos de solidaridad de clase relacionados con los ideales proletarios contrastan con

¹³ Yeh, E. T. 2007. “Tibetan Indigeneity: Translations, Resemblances, and Uptake”. De la Cadena, M. and Starn, O., eds. *Indigenous Experience Today*. New York: Berg. 69–97; Tsing, A. L. 2003. “Agrarian Allegory and Global Futures”. Greenough, P. and Tsing, A., eds. *Nature in the Global South: Environmental Projects in South and Southeast Asia*. Durham, NC: Duke University Press. 124–69.

los discursos de la indigenidad¹⁴, que distinguen a ciertas personas como más marginadas, más privadas de derechos y, por lo tanto, más merecedoras de un trato especial. Ambos tipos de discursos implican nociones de marginalidad, pero incorporan el concepto de diferentes maneras. Dados los modos de normatividad que prevalecen en Alto Hospicio, no sorprende que la indigenidad se borre de forma discursiva, mientras destaca la solidaridad comunitaria. Particularmente en el contexto de la migración económica basada en una industria minera¹⁵, la indigenidad —y su asociación a la protección del medio ambiente— presenta una amenaza imaginada al sustento de la comunidad. En cambio, quitarle importancia a su indigenidad marca a un individuo como parte de la comunidad de Alto Hospicio, contribuyendo como ciudadano al bien común. Entonces, incluso para los pueblos indígenas y migrantes de Alto Hospicio, las identificaciones basadas en la marginalidad económica y los deseos de pertenencia son más notables.

Sin embargo, la indigenidad sí sirve como una forma de expresión cultural despolitizada, y con frecuencia se transforma en una expresión compartida de la “cultura del norte” que permite a todos los hospiceños participar y disfrutar en pie de igualdad. Las danzas del altiplano asociadas a Bolivia son populares en Alto Hospicio, pero se transforman de “cultura indígena” a “cultura del norte”. De hecho, muchos bolivianos denuncian la ejecución de danzas del Altiplano por parte de grupos chilenos, particularmente en el contexto de una continua animosidad por la tierra perdida en la Guerra del Pacífico. Sin embargo, esta es una parte rica de la vida cultural del Norte; casi todas las fiestas religiosas se celebran con danzas como la Morenada, Caporales, Tinku y la Diablada, junto con la Cueca (igualmente asociada con Chile y Bolivia) y danzas desde el territorio polinesio de Chile en la Isla de Pascua (Rapa Nui). Mientras que los debates sobre si las danzas pueden ser consideradas apropiadamente como “cultura del norte” o estrictamente bolivianas continúan fuera de este contexto, nadie en Alto Hospicio parece notar el hecho de que la mayoría de los jóvenes que participan provienen de familias que se consideran racialmente mestizas.

Del mismo modo, la Wiphala, una bandera de retazos multicolores que representa a los pueblos originarios de los Andes (que incluye Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Chile y Argentina), a menudo se utiliza como un marcador

¹⁴ Frazier, 2007. *Salt in the Sand*.

¹⁵ Independientemente de si los migrantes específicos trabajan en la industria o no, las oportunidades económicas de la región se basan en la prosperidad de la minería.

visual de la política de base y la organización comunitaria. Si bien idealmente estas políticas son concordantes con los intereses de los pueblos indígenas, el símbolo se usa liberalmente, desde carteles de campaña del Consejo Regional de Raquel hasta su exhibición en un concierto para las víctimas de los terremotos presentado por algunos de los músicos más destacados de Chile. En estos contextos, no está específicamente asociado con la indigenidad andina, sino que se convierte en un símbolo más amplio de solidaridad comunitaria. Mediante este uso, la bandera establece efectivamente una oposición entre el norte de Chile y la antítesis percibida de Santiago por parte del norte de Chile.

Mientras los críticos (hablando principalmente desde Bolivia, Perú o la posición de un portavoz indígena en Santiago o representando al grupo Mapuche más prominente en Chile) sugieren que estos ejemplos de danzas del Altiplano y Wiphala son apropiaciones inapropiadas de la cultura o simbolismo indígena, estos debates no suceden públicamente en Alto Hospicio. En cambio, los hospiceños se ven a sí mismos promoviendo la normatividad de la homogeneidad en términos de clase y raza. Y cuando las imágenes de la danza Caporales o Wiphala aparecen en Facebook, se las considera más norteñas que indígenas, reforzando las redes sociales como un espacio despolitizado.

Durante mi primer octubre en Alto Hospicio, Juan me invitó a un evento de un día de lo que se conoce en Sudamérica generalmente como el Día de los Pueblos Indígenas (celebrado como el Día de la Raza en América del Norte). En América Central y del Sur se conmemora el 12 de octubre en memoria de la matanza y la colonización de los pueblos indígenas de las Américas, así como del continuo imperialismo experimentado por los ciudadanos de las Américas desde México hacia el sur a manos de los Estados Unidos, Canadá y países europeos. Esta celebración incluyó un grupo de niños de cinco años que presentaron el baile nacional chileno de la Cueca, una cantante afrocolombiana que interpreta una canción de su ciudad natal, una guitarrista peruana y varios activistas locales que hablan sobre la inclusión comunitaria y el desarrollo social. Para cerrar el programa, organizaron una imagen de grupo de todos los asistentes, incluyéndome a mí. Cuando Juan publicó la fotografía en Facebook, incluyó la leyenda, “Todos somos americanos”¹⁶. De hecho, incluso en este espacio de

¹⁶ “América”, en América del Sur, se refiere a todo el continente americano (por lo general, América del Norte y América del Sur se conceptualizan como una sola masa de tierra); a menudo es una declaración política que reclama la palabra de un uso específicamente norteamericano.

inclusión y multiculturalismo, en lugar de destacar la indigenidad como una forma distintiva de identificación, todos los americanos se unieron en un discurso de similitud.

Solidaridad internacional

Mientras persisten las tensiones entre los hospiceños y los migrantes internacionales que perciben que están tomando recursos que por derecho corresponden a los chilenos, los discursos de solidaridad de clase a veces superan incluso las diferencias entre los chilenos nativos y los migrantes. En enero de 2014, se presentó ante el tribunal internacional de las Naciones Unidas en La Haya una disputa marítima entre Chile y Perú. El norte es territorio disputado, incluso más de 130 años después del final de la Guerra del Pacífico, en el cual la región de Tarapacá fue transferida de Perú a Chile. La decisión de La Haya no afectó a ningún sector litoral o ciudades, pero le dio al Perú más territorio para derechos de pesca¹⁷. Debido a que la pesca en Chile está controlada por un número muy limitado de familias oligárquicas, la decisión cambió muy poco en términos de economía y comercio para la mayoría de los chilenos del norte. Muchos escribieron comentarios en Facebook similares a:

—Toda la industria pesquera aquí es propiedad de unas pocas familias adineradas. Realmente no me importa.

Tanto los usuarios chilenos políticamente activos como los apolíticos afirmaron una opinión similar, pero de diferentes maneras. Ambos grupos parecían estar comunicando que, aunque quizás los gobiernos de Chile y Perú estaban en una disputa, la gente no.

Algunos amigos admitieron que sentían que la decisión de ceder un área de agua a Perú era injusta, pero también reconocieron que evitar el conflicto era importante. Muchos dijeron que la decisión era irrelevante porque el beneficio económico del territorio marítimo solo termina en manos de siete familias de la oligarquía. Sin embargo, estas opiniones no se publicaron en Facebook, ni a través de escritura original ni enlaces a fuentes en línea. En cambio, la

¹⁷ “Frontera Chile-Perú definida por el Tribunal de la ONU en La Haya” *BBC News* (28 January 2014). Accessed 29 January 2014, <http://www.bbc.com/news/world-europe-25911867>.

Figura 6.10
Mapa del territorio marítimo



solidaridad entre los peruanos y los chilenos dominó abrumadoramente los mensajes de Facebook.

En el aspecto político, Raquel y su amigo Marcelo compartieron un texto que agradecía esencialmente a peruanos y bolivianos por estar de acuerdo con los chilenos durante la masacre de la Escuela Santa María. El texto explicado:

—En la masacre escolar de Santa María de Iquique, junto con los trabajadores chilenos, también murieron bolivianos y algunos peruanos. Cuando los cónsules les pidieron que se fueran, se negaron y dijeron: “Vinimos con los chilenos y moriremos con los chilenos. No somos bolivianos ni peruanos, somos trabajadores”.

Una banda local conocida por el contenido político de sus canciones publicó una larga pieza de texto de la cual saqué algunas partes relevantes:

—Patriotas, compatriotas chilenos... ¿Por qué no vamos a la guerra contra Monsanto? ¿Por qué no luchas por recuperar el cobre de tu país? ¿Por qué no luchas contra las empresas españolas que nos roban cuando pagamos por la luz y el agua? ¿Por qué no te solidarizaste con los pescadores artesanales cuando el gobierno chileno entregaba perpetuamente el mar a las siete familias más ricas?... Chilenos y peruanos, dejen de ser tan fácilmente influenciados por el

sensacionalismo mediático de la prensa burguesa. ¡Debemos continuar luchando juntos contra aquellos que hacen que nuestras vidas imposibles!

La mayoría de las personas que generalmente se mantienen alejadas de la discusión política se aferran al humor. Muchos memes declararon sentimientos como: “¡El mar no es ni chileno ni peruano, pertenece a los peces!”

Parecía que todos estaban prestando atención, pero a nadie realmente le importaba. Quizás porque la disputa fronteriza solo afectó a la oligarquía, o quizás porque las personas creían que el fin de la disputa era más importante que la división particular de los derechos marítimos, estas personas expresaron su interés al publicar y comentar con entusiasmo. Parecía importante para las personas declarar “¡Sí, estoy prestando atención!”; sin tomar partido en un asunto que se “suponía” que era importante, pero en su vida diaria simplemente no importaba. Comunicaban que los auténticos chilenos del norte no están preocupados por los éxitos o fracasos de la oligarquía. Estas familias ricas no son parte de la comunidad local; al igual que las empresas mineras, extraen recursos y se llevan los beneficios a otro lado. En cambio, ser local significa preocuparse por las relaciones con los vecinos, ya sean vecinos metafóricos de la nación o las personas que han emigrado de estos países y ahora viven al lado.

Para la mayoría de los hospiceños, la solidaridad se eleva por encima de las divisiones internacionales, demostrando que la comunidad más amplia imaginada por los residentes de Alto Hospicio puede no incluir oligarcas y otras figuras cosmopolitas, pero incluye a personas como ellos mismos, incluso si son de fronteras disputadas. Debido a que los peruanos en cuestión ocupan

Figura 6.11
Meme sobre el borde marítimo



una clase social marginada similar a los residentes de Alto Hospicio, se ajustan a una forma familiar de normatividad. Al enmarcarse como aliados de clase en lugar de indígenas, los peruanos se incorporan fácilmente a la solidaridad de los hospiceños junto con otras personas marginadas.

Similitud, diferencia, comunidad

Los hospiceños usan las redes sociales para reflejar sus nociones imaginadas de comunidad, local, regional y nacional, y para construir activamente estas alianzas. En las redes sociales, los promueven formas de normatividad, en este caso creando oposiciones a algunos grupos y alianzas con otros, a menudo dependiendo del contexto específico. Afirmar las afiliaciones de la comunidad al destacar la misimidad, incluso en casos de señalar similitudes entre la clase trabajadora peruana y ellos mismos, y efectivamente borrar los discursos de diferencia, como el de la indigenidad, de la discusión pública¹⁸. Los hospiceños definen los límites de su comunidad y los espacios y personas con quienes se identifican a través de discursos de similitudes. Para aquellas personas que ven como intrínsecamente diferentes, y los discursos que resaltan esas diferencias, usan tácticas de distinción para representar su distancia. Ambos suelen funcionar a lo largo de las líneas de clase, a veces eclipsando incluso las diferencias raciales y nacionales.

Estas estrategias funcionan a través del resaltado y el borrado. Aunque la “chilenidad” de los hospiceños a menudo se destaca a través de memes y textos, estas publicaciones en las redes sociales se enfocan en características compartidas entre todos los chilenos y oscurecen el tipo de excepcionalismo y cosmopolitismo atribuido a “Santiago”. Del mismo modo, utilizan tácticas de borrado para representar a su propia comunidad como homogénea. De hecho, estas tácticas tienen la capacidad de enmarcar a algunos grupos como legítimos o incluidos mientras se niegan a reconocer a los demás. Las personas indígenas en Alto Hospicio son un ejemplo clave de esta exclusión. Como escribe Yeh:

—Las personas no son indígenas de forma natural, sino más bien por convención y reconocimiento por parte de otros¹⁹.

¹⁸ Estas tácticas de resaltar la similitud y la diferencia corresponden a las nociones de “adecuación y distinción” de Bucholtz y Hall. Como explican, afirmar que la afiliación a menudo funciona expresando similitud o diferencia, ambas son tácticas efectivas de identificación. Ver Bucholtz y Hall, 2005. “Identidad e interacción”. 599.

¹⁹ Yeh, 2007. “Tibetan Indigeneity”. 76.

Al borrar esta identidad, la normatividad se valora por encima de la diferencia individual. Se espera que varias formas de marginalidad no normativa queden subsumidas dentro de la forma ampliamente experimentada de marginalidad común a las experiencias de los hospiceños: la marginalidad definida por la experiencia de clase.

Es en estas tácticas que también vemos el uso de la exageración para resaltar. Cuando un meme se refiere a viajar a Santiago como “ir al extranjero”, no se debe tomar literalmente, sino que se usa una exageración para dejar clara la distinción. Una popular serie de memes satirizó la diferencia de clase sentida entre los hospiceños y los chilenos cosmopolitas de la región central, y presentó un personaje de una popular novela de televisión (telenovela). Lita Achondo es la madre clasista de la protagonista de la serie de televisión *Pituca sin Lucas* y la serie de memes presenta su llamado varias molestias “tan clase media”. En el meme presentado a continuación, se refiere a un terremoto como clase media, por lo que se distancia (de la clase alta por educación) de algo que se considera molesto en la vida. Refiriéndose a un terremoto como “clase media”, minimiza

Figura 6.12
Meme sobre clase social



su poder destructivo y lo tilda de meramente irritante. Sin embargo, al enmarcar esta opinión como la de alguien como el personaje Lita también se distancia de aquellos percibidos como clase alta de las realidades de la vida chilena, y de la experiencia vivida por los hospiceños, particularmente después del terremoto de 2014.

Al destacar las formas exageradas, los hospiceños también revelan similitudes o diferencias con una inclinación cómica para que el mensaje se muestre en absoluto relieve. A través del humor y otras formas de resaltar y borrar, estas imaginaciones de comunidad sirven para reforzar, y a veces de crear por completo, discursos de normatividad. Esta normatividad se vive como solidaridad frente a circunstancias difíciles.

La marginalidad es la base de hospiceños, la normatividad y sus reclamos de ciudadanía. La marginalidad es el estándar por el cual un individuo, o incluso un símbolo, se considera parte de (o se excluye de) la noción de comunidad del hospiceño. Si bien la imaginación de las comunidades nacionales a menudo recurre a símbolos, íconos y medios impresos para reunir a personas que no podrían conocerse personalmente²⁰ ahora, teóricamente, la tecnología como las redes sociales puede permitir que los ciudadanos nacionales se conozcan entre sí a través de las divisiones geográficas, así como las de clase y otras diferencias del sector social. Sin embargo, son precisamente las redes sociales donde los hospiceños mantienen estas divisiones, en lugar de superarlas. Mantener la distancia desde los cosmopolita otros en línea reenfoca la ciudadanía de los hospiceños en lo local, de modo que se haga hincapié en la normatividad, la solidaridad y la marginalidad. Las redes sociales son clave, no solo para representar las nociones particulares de comunidad y política de los hospiceños, sino también para dar forma a su imaginación sobre lo que constituye la solidaridad.

²⁰ Anderson, 1983. *Imagined Communities*.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIÓN: LA EXTRAORDINARIA ORDINARIEDAD DE ALTO HOSPICIO

“q wn”

Tres letras que representan dos palabras: “que weon”. Por supuesto, weon es una de esas palabras chilenas en castellano que todos entienden, pero que no es traducible. Se puede usar para saludar a un buen amigo o hablar de un enemigo, o incluso gritar cuando el equipo nacional marca un gol aparentemente imposible. Tomás, de veintitrés años, usó esta palabra para introducir un meme en su muro de Facebook.

Este meme, ilustrado en la [figura 7.1](#), deja en claro las formas en que las conductas cotidianas son actuaciones. Incluido dentro de estos comportamientos está el uso de las redes sociales, donde las personas se identifican a sí mismas como un tipo particular de persona, reclamando ciertos tipos de afiliación y ubicarse dentro del mundo. Este meme reconoce que muchas personas crean significado a través de una mezcla de expresión corporal, comprando marcas simbólicamente cargadas de significado y el uso de las redes sociales, pero la densidad de símbolos usados dentro del texto evoca exageración y sarcasmo. El personaje imaginado que escribe este texto es ridículo. Tomás reconoce esta ridiculez al usar la palabra “weon”, en este caso significa algo así como “qué idiota”.

Usando “weon”, Tomás se distingue de este personaje de paja que podría escribir tal publicación en las redes sociales. Los hospiceños generalmente se esfuerzan por lograr una estética sin pretensiones asociada con la marginalidad, pero este meme describe la estética y los comportamientos conspicuos asociados con el consumo y el cosmopolitismo. Solo un otro cosmopolita sería tan insincero como para construir tal imagen en oposición consciente a la estética normativa, las identificaciones sociales y las actitudes. Y aunque tal vez Tomás y la mayoría de los hospiceños dirían que los tipos de rendimiento descrito por el texto es abierto y excesivo, incluso cuando la idea de presentación consciente es antitética a la forma predominante de normatividad. De hecho, las actuaciones

Figura 7.1
Meme sobre *hipsters*

Saca el vodka y marihuana para ir a hacernos expansiones, mientras me cuentas que eres bisexual y lo publicas en ask.fm, si quieres vamos a comprar nutella vestidas con vans, shorts pequeños y camisas floreadas o con cuadros. Que no se te olvide llevar tu camara nikon para sacarnos fotos en el baño de starbucks. Te rapas el pelo como skrillex o te haces mechas californianas mientras subes tu foto a Instagram y discutimos sobre si es mejor un mostacho o un infinito, además me muestras tu Tumblr y publicas en Facebook que la sociedad es una mierda, que eres bipolar y que estas jodidamente depresiva.

descritas en este meme son la antítesis de la normatividad de los hospiceños, en la cual el truco es realizar normatividad en las redes sociales mientras parece no realizar nada en absoluto.

Etnografía de redes sociales en Alto Hospicio

Las etnografías tradicionales a menudo se enfocan en grupos particulares dentro de la comunidad para hacer visibles las expectativas y normas culturales locales más amplias. Un grupo como La Escuelita o Red Foxes Motor Club podría haber proporcionado tal enfoque para una etnografía de Alto Hospicio. Sin embargo, al estudiar las redes sociales, las mismas expectativas y normas culturales se hacen evidentes a mayor escala. Debido a que los hospiceños usan las redes sociales precisamente para negociar estas normas, es una excelente ventana para entender una visión de su mundo: lo que se espera y lo que no; qué preguntas se pueden hacer y cuáles no; a quién se le permite cuestionar, o incluso hacer

oír sus opiniones, y quién no; y cómo los individuos no solo se comportan e interactúan dentro de esta cosmovisión, sino también cómo entienden su lugar individual dentro o fuera de él.

Las redes sociales también revelan algunas de las formas en que la vida social está cambiando, tanto en Alto Hospicio como en el Gran Norte de Chile en general, como resultado de las nuevas tecnologías de comunicación. En ese espacio fronterizo, a menudo conceptualizado tanto por quienes viven allí como por aquellos en la metrópoli cosmopolita, los avances en la tecnología de las comunicaciones sí cambian la vida cotidiana. Los medios sociales permiten a las personas estar en mejor contacto con los familiares que están ausentes, ya sea como resultado de la industria minera o la migración internacional. Las redes ofrecen amplias formas de entretenimiento e incluso se utilizan para organizar actividades tales como fechas y salidas grupales.

Sin embargo, las redes sociales no han cambiado todo. Es popular elogiar las oportunidades que ofrecen para salvar divisiones socioeconómicas o empoderar políticamente a las poblaciones. Sin embargo, los hospiceños, comparativamente marginados en ambos aspectos, no ven estas nuevas ventajas como los principales usos de las redes. Si los nuevos medios realmente tienen el potencial de reducir las desigualdades globales o nacionales es una cuestión que debe dejarse en manos de otras poblaciones. Las redes sociales de Alto Hospicio siguen siendo una extensión de la vida social normativa de la ciudad, en lugar de un ámbito diferente en el que se pueden alcanzar nuevas aspiraciones.

Del mismo modo que las redes no cierran automáticamente las divisiones económicas o políticas, las personas no siempre las usan para buscar nuevas formas de conectarse con el mundo, ni para encontrar medios de autoexpresión que no estén disponibles en el contexto local. En Alto Hospicio, los tipos de identificaciones que se hacen visibles en las redes corresponden a los valores de la comunidad y los propios guiones sociales que a menudo guían el comportamiento. Ciertamente hay algunos jóvenes (y tal vez también mayores) que alcanzan las divisiones, ya sean geográficas o ideológicas, para encontrar nuevas formas de ver el mundo, nuevas posibilidades o nuevas aspiraciones como resultado de su conexión en las redes. Sin embargo, la abrumadora normatividad de las redes sociales en Alto Hospicio deja en claro que su uso para rechazar las formas predominantes de normatividad es el resultado de los deseos de los individuos en lugar de los aspectos inherentes de los medios. Las redes pueden facilitar la libertad recién descubierta para algunos, pero hay muchas razones para creer que si no estuvieran disponibles, estas personas buscarían ese tipo de libertad a través

de otros canales. Las redes tienden a reforzar las formas de identificación que se resaltan en otros ámbitos de la vida social (por ejemplo, conexiones familiares, afiliación regional y humor) y a borrar aquellas que son menos importantes para la comunidad (incluida la **indigeneidad**, la politización abierta o identificaciones no normativas de género y sexualidad). Las redes sociales en Alto Hospicio no son un espacio para la proliferación de identificaciones. De hecho, incluso el uso de estética y visualidad en línea de hospiceños ilustra que, incluso cuando existe un mundo de posibilidad, la visibilidad de las interacciones y la naturaleza pública de cómo los guardianes de la comunidad moderan a otros pueden transformar las redes sociales en una fuerza conservadora.

El poder de las redes como fuerza conservadora depende de su accesibilidad a un público amplio, en parte porque la tecnología necesaria es razonablemente asequible como resultado de la zona de importación libre de impuestos. Incluso en un lugar como Alto Hospicio, los teléfonos inteligentes y el acceso a Internet no se consideran bienes de lujo; son posesiones prácticamente necesarias para todos menos para los residentes más pobres, incluso más esenciales que los refrigeradores o las estufas. Dichos artículos electrónicos no están asociados con un estilo de vida extravagante, sino que son indispensables para la comunicación. Por lo tanto, las redes sociales y su tecnología asociada se han subsumido rápida y casi sin interrupción dentro de la normatividad sin pretensiones que domina la vida social en Alto Hospicio.

Redes sociales y contexto social

El argumento central de este libro es que, para los residentes de Alto Hospicio, las redes sociales actúan como un escenario en el que los modos normativos de ciudadanía no solo se llevan a cabo, sino que también se refuerzan como valores sociales importantes. Los hospiceños las usan para expresar solidaridad, probar la autenticidad, mantener la normatividad, realizar identificaciones y desafiar las concepciones de lo que es la verdadera “chilenidad”, todo desde una posición marginada dentro de la nación. Cada uno de estos objetivos del uso de las redes sociales demuestra las formas en que la vida en línea de los hospiceños se ve influida por la expresión de la ciudadanía en relación con los niveles local, regional, nacional y global. Los residentes de Alto Hospicio posicionan su propio estatus legal, derechos, participación pública y sentido de pertenencia precisamente en la forma en que realizan las identificaciones marginadas en las redes sociales.

En el primer capítulo de este libro, proporciono una breve historia de los procesos (y actos violentos) a través de los cuales el régimen de Pinochet introdujo un modelo económico neoliberal en Chile. Estas políticas económicas, llevadas adelante por los gobiernos democráticos posteriores a la dictadura, sin duda han contribuido a posicionar a Chile entre las naciones que se benefician de un movimiento rápido y libre de recursos materiales, personas e ideas en el sistema económico mundial actual. El país recibe inmigrantes que buscan realizar trabajo manual y es un importante exportador de recursos naturales, ambos factores que contribuyen al lugar de Chile entre las economías más fuertes del mundo. La mayoría de los residentes de Alto Hospicio están atrapados en este movimiento de personas y recursos, ya sea como inmigrantes, trabajadores en la importación y exportación o en la explotación de los recursos cuya exportación sostiene la economía de todo el país. La mayoría de los hospiceños también tiene recursos para participar en otros tipos de intercambio global utilizando Internet para descargar música, leer artículos, mirar películas o interactuar con otros. Sin embargo, dentro de la nación y el sistema económico capitalista mundial, los hospiceños siguen marginados.

Esta posición marginada ha sido producida a través de condiciones económicas históricas, comenzando con la Guerra del Pacífico y la extracción de nitratos y continuando con la violencia y los choques económicos neoliberales del régimen de Pinochet. Aunque la región norte proporciona estabilidad económica a toda la nación, sigue siendo explotada y políticamente periférica; la ciudad de Alto Hospicio representa el caso más extremo de estas dos condiciones. Los estigmas de pobreza, crimen y carencias asociados a Alto Hospicio han creado condiciones de sospecha que siempre influyen en la vida social, incluida su promulgación en las redes sociales.

Estas realidades de la vida social en Alto Hospicio informan una situación en la que las personas se sienten más cómodas usando las redes sociales para solidificar las identificaciones locales que imaginar nuevas posibilidades de conexiones globales. Los hospiceños se conectan al mundo a través de las redes, pero sus objetivos no son nuevas relaciones, identificaciones más amplias, una mayor autocomprensión, la proliferación de estilos estéticos o nuevas posibilidades de vida imaginadas. Más bien, su uso casi siempre corresponde a la solidaridad dentro de su comunidad marginada. La ubicación periférica de Alto Hospicio dentro de la nación sirve como contexto de las formas en que los hospiceños cuidan las auto representaciones, identifican los conceptos de sí mismos centrales y prueban la autenticidad de los demás. Al hacerlo, imaginan

que su marginación es la cualidad que los hace auténticamente chilenos. Ser clase trabajadora y políticamente desacralizado marca la verdadera chilenidad cultural, revirtiendo así la lógica del centro y la periferia.

La economía política y la historia impactan profundamente en la forma en que los hospiceños entienden su lugar dentro de la nación y, de hecho, cómo se imaginan su propia comunidad local. Contrastan la homogeneidad, la solidaridad y la normalidad de Alto Hospicio con el cosmopolitismo y el poder político que asocian con el gobierno chileno y los residentes de las áreas metropolitanas más centrales, específicamente la capital nacional de Santiago. Al mismo tiempo, los hospiceños reproducen discursos de solidaridad en relación con las poblaciones del proletariado, incluso a través de una frontera algo disputada con Perú. Al contrastar sus propias experiencias vividas con las de las poblaciones más centrales de la nación, fortalecen su propio sentido comunal de afiliación; los hospiceños se creen los verdaderos ciudadanos chilenos en contraste con los otros cosmopolitas imaginados. Con estas inversiones locales en normatividad en mente, queda claro cómo las redes sociales se convierten en un mecanismo para resistir los problemas más grandes y las instituciones de poder, todo mientras la normatividad sigue siendo un punto de solidaridad más que una fuerza represiva.

Neoliberalismo, marginalidad y redes sociales

Este libro aborda el tema de la normatividad en una era neoliberal, un tiempo en el que muchos suponen que las nociones de solidaridad han sido reemplazadas por deseos de distinguir el yo de los demás en cualquier nivel posible. Mientras la “liberación” del capital en algunos lugares también libera a los individuos de las estructuras sociales tradicionales, como la familia, conecta la autoexpresión con el consumo y alienta la fantasía y la aspiración como modos personales de imaginar, casi lo contrario ocurre en Alto Hospicio. Tales consecuencias revelan que el individualismo que a menudo tomamos como un resultado natural del neoliberalismo no siempre es intrínseco a este tipo de políticas económicas. Es solo uno de los resultados posibles, siempre dependientes del contexto, que las ideologías neoliberales pueden producir¹.

¹ También ver la discusión de Ong: “neoliberalism as exception” and “exceptions to neoliberalism”. Ong, A. 2006. *Neoliberalism as Exception: Mutations in Citizenship and Sovereignty*. Durham, NC: Duke University Press.

La economía neoliberal engendra toda una proliferación de formas culturales, que siempre dependen del contexto. Para los hospiceños, ser modesto en la estética, los objetivos de la vida e incluso el uso de las redes sociales lo marca como perteneciente. Los otros (cosmopolitas, capitalistas y políticos) generalmente tienen más poder, pero los Hospiceños se distancian discursivamente de ellos como excesivos, superficiales y en ocasiones corruptos (particularmente en el caso de los últimos). Al hacerlo, resaltan su propia similitud dentro de la comunidad, afirmando su marginalidad a través de la solidaridad.

Esta marginalidad está estrechamente asociada con la identificación como trabajadores. Más que el consumo, es el trabajo, tanto en el hogar como fuera de los salarios, lo que proporciona una base entre los hospiceños para la auto-comprensión y la representación. La posición socioeconómica de la mayoría de los hospiceños se convierte en una fuente de solidaridad, no solo dentro de la comunidad local, sino también traspasando fronteras. Como resultado, la normatividad basada en la clase trabajadora o el proletariado, en lugar de formas de distinción.

La economía política, en particular las industrias dominantes en el área, no afecta el sentido de orgullo e identificación de los individuos. Sin embargo, tienen un impacto más amplio sobre las formas en que las comprensiones normativas de las relaciones familiares y las identificaciones de género son representadas, realizadas, enseñadas y usualmente tomadas sin resistencia en línea. La familia se fortalece como el centro de la vida social, además de proporcionar un ancla de confianza en las posibilidades aparentemente interminables de las relaciones basadas en Internet.

Muchas más expresiones individuales de uno mismo confían en estos guiones sociales sobre la actividad productiva, que tiene un alto grado de género, desde formas aceptables de creatividad hasta discusiones sobre el sexo. Mientras que los hombres generalmente se identifican como proveedores familiares y expresan orgullo por los sacrificios que hacen para trabajar como asalariados para sus familias, las mujeres con mayor frecuencia se identifican como las encargadas de la familia, expresando su propio trabajo como el del trabajo emocional. Estas marcadas divisiones entre el trabajo de hombres y mujeres a menudo refuerzan formas de identificaciones normativas de género. Las expresiones de auto-comprensión de género en las redes sociales sirven para reforzar las suposiciones sobre el género en lugar de desafiarlas. Los hospiceños otorgan importancia a la representación visual de las conexiones familiares en las redes sociales y usan suposiciones sobre las diferencias de género naturalizadas como base para el

humor relacionado con el género. A través de estas proliferaciones de normatividad, las estructuras familiares heterosexuales se vuelven esenciales para los modos de actuación de hospiceños y para la regulación de las actuaciones de los demás en las redes sociales.

La estética sin pretensiones

Mientras que los sistemas económicos neoliberales a menudo producen una proliferación de bienes de consumo y publicidad que expande las posibilidades estéticas, incluso obligando a los individuos a ver la estética como el centro de las formas de realizarse, Alto Hospicio se ha mantenido fuera de esta formación. Primero mirando a los espacios públicos y privados en Alto Hospicio, la forma predominante de normatividad parece haber borrado efectivamente cualquier sentido estético. Los estilos de ropa, la arquitectura y la decoración del hogar, la construcción del espacio público y, de hecho, la conservación de la estética en las redes sociales rara vez se alejan de una apariencia completamente utilitaria. A pesar de las vastas opciones de representaciones visuales disponibles en las redes sociales, los artículos sobre las páginas de Hospiceños en Facebook, Instagram y Tumblr corresponden en gran medida a los tipos de estética modesta que muestran en sus vidas diarias. Esto es evidente en los estilos de *selfies*, “*footies*” y otras clases de fotografías de Instagram que suben los hospiceños, así como en sus memes sarcásticos, como el que comparte Tomás arriba.

Sin embargo, no es tanto la funcionalidad de los ítems lo que define la estética en Alto Hospicio, sino más bien una sensación de presentación de ser inconstante y sin pretensiones. Cuando los jóvenes quieran tomar una foto, basta con capturar sus pies descansando frente al televisor. Si un individuo desea relacionar un sentimiento —expresar orgullo, compartir puntos de vista filosóficos o incluso hacer comentarios sobre política—, un meme humorístico funciona sin matices individuales o con un mayor riesgo de retroalimentación negativa. Sin embargo, esta aparente falta de estética en Alto Hospicio es de hecho una forma conscientemente elegida. Los hospiceños, particularmente aquellos cuyas familias son relativamente acomodadas debido a su participación en la industria minera, tienen la opción de tener los últimos diseños y agregar balcones, paisajismo u otras formas de adorno a sus hogares. Quizás más fácilmente, los jóvenes podrían ponerse sus mejores ropas y arreglar su dormitorio para tomarse una *selfie* muy estilizada, o curar colecciones de bellas escenas en Instagram. En cambio, eligen representarse estéticamente en las redes sociales

dentro de los límites de la estética normativa sin pretensiones. Al hacer esta elección consciente, los hospiceños desarrollan sus estilos modestos como una estética particular, en lugar de una falta de ella.

Esta estética en muchos sentidos rechaza la distinción de clase. Si bien la economía está dominada por las prósperas industrias mineras y de importación, los habitantes de Alto Hospicio son, en general, trabajadores manuales más que los propietarios de estos recursos. Tanto la historia de la solidaridad del movimiento laboral como las experiencias actuales del proceso de producción (a veces caracterizadas por la explotación de los trabajadores) conducen a una denegación de distinción de clase, a pesar de que estos trabajadores ganan salarios razonablemente buenos y en un nivel básico son capaces de comprar bienes o adquirir otros tipos de capital cultural y social que podrían usarse para crear distinciones. Las condiciones de Alto Hospicio demuestran la sobregeneralización inherente a las suposiciones de que el capitalismo moderno inevitablemente genera aspiraciones incesantes de una mayor riqueza material o la proliferación de la distinción de clase basada en el consumo.

Redes, normatividad y límites

La naturaleza global y semipública de las redes sociales también proporciona campos sociales expansivos, en los cuales las conexiones a través de todo tipo de fronteras sociales y geográficas se vuelven posibles. Sin embargo, los hospiceños prefieren conectarse con personas que conocen, utilizando como guía la visibilidad de sus redes sociales inherentes a ciertas formas de redes sociales. Así como desperté sospechas al principio al intentar conectarme con ellos en línea, los residentes de Alto Hospicio tienden a desconfiar de los recién llegados hasta que sus conexiones con la comunidad se vuelvan visibles. Las nuevas relaciones se validan a través de las conexiones con las relaciones existentes con familiares, amigos a largo plazo, vecinos y compañeros de trabajo. El hecho de que los jóvenes prefieran usar Facebook como un sitio de citas, en lugar de aplicaciones como Tinder o Grindr, hace que su preferencia por las relaciones visibles sea clara. Igualmente, la práctica de hacer nuevos amigos comentando las publicaciones de Facebook de conocidos mutuos demuestra cómo las conexiones sociales visibles hacen que el trabajo de autenticar a los individuos sea confiable y, por lo tanto, digno de tiempo y comunicación. Estas estrategias de comunicación son bastante lógicas dentro de el contexto de procesos económicos históricos y políticos que han alimentado discursos de sospecha en Alto Hospicio.

La visibilidad de las redes y las comunicaciones en las redes sociales también lo convierte en un lugar ideal para realizar los límites de lo esperado y ampliar los mecanismos tradicionales de “mantener a las personas en su lugar”, como a través del chisme y el lenguaje indirecto. Las redes sociales les permiten a los usuarios pinchar las burbujas de pretensión que ven mientras se mantienen alejadas de la confrontación directa, lo que de hecho sería antitético a la solidaridad que los hospiceños también valoran.

Actuar dentro de la normatividad es ser sensible a la posibilidad de desviarse de ella. Como resultado, invade casi todos los aspectos de la vida de los hospiceños: qué comen, qué se ponen, de qué hablan y cómo sueñan con el futuro. Los individuos expresan sus propias preferencias personales, estilos y ambiciones, pero el rango en el que caen esas autoexpresiones es mucho más limitado de lo que podría haberse esperado, particularmente dado el tamaño de la ciudad² y el número de inmigrantes de diversos orígenes culturales. Los que no son sensibles a este tipo de divergencia son desafiados por su cruce de fronteras en las redes sociales a veces, por aquellos que sienten un mayor interés en mantener los límites. Aquellos que desafían de esta manera, ya sea consciente o inconscientemente, destacan las formas normativas en que esperan que los demás se expresen. Las redes sociales, como espacio semipúblico, se convierten en una etapa ideal en la cual la normatividad se reproduce y redefine a través de estas sanciones.

Alto Hospicio, entonces, ayuda a explicar un componente central de las redes sociales. Estos medios compartidos y centrados en el grupo son un conducto ideal para la normatividad, pero esto también es una propiedad de las redes sociales que permite que se pueda utilizar fácilmente, sin interrumpir la vida cotidiana. En muy poco tiempo las redes sociales se han dado por sentado e integrado a las formas cotidianas de comunicación y presentación del yo en la vida cotidiana. De hecho, la normatividad puede explicar tanto lo extraordinario sobre Alto Hospicio como lo que es común sobre las redes sociales. Las redes sociales son una tecnología ideal para establecer y extender la normalidad al resto de la vida social. A su vez, también está sujeto a las presiones de la normatividad, para que todos sepan qué se debe y no se debe publicar, dónde están los límites de la obscenidad y de qué manera se aborda la política sin provocar.

² Redfield sugiere que las comunidades “populares” más pequeñas exhiben homogeneidad, solidaridad y amistad, mientras que las áreas urbanas muestran una pérdida de estas características. Ver Redfield, R. 1955. *The Little Community and Peasant Society and Culture*. Chicago: University of Chicago Press.

En muchos casos, el humor es clave tanto para probar como para mantener los límites de aceptabilidad. El humor varía desde mensajes de estado graciosos y comentarios sarcásticos hasta ridículas formas de exageración y juegos de palabras visuales ejemplificados por memes. Cuando alguien actúa inaceptablemente, el humor proporciona un medio de castigar tal actividad sin causar vergüenza. Pero el humor también marca el espacio como informal, y a menudo trabaja para fortalecer, reafirmar o incluso comenzar nuevas amistades.

Este tipo de juego permite comentarios sobre la estructura social sin articulación directa, y actúa como una barrera para la rendición de cuentas de las formas sinceras de comentario social. Los memes humorísticos se utilizan para probar los límites de lo apropiado y posible de una manera segura, y por lo tanto son parte integral de las nociones de normatividad. De hecho, el humor puede ser la clave de las formas en que los individuos consideran que la normatividad es deseable y no represiva.

El humor también refuerza la sensación de que las redes sociales son una forma auténtica de interactuar con amigos y conocidos. Gran parte del humor en sus páginas de redes sociales funciona a través de la interacción en los comentarios. Los hospiceños incluso responden a los memes publicando los memes correspondientes en el área de comentarios ofrecida por Facebook. Como afirma Sherzer, el humor puede usarse como una prueba del conocimiento local, y cuando el éxito constituye un logro colectivo³.

En Alto Hospicio, la decisión implícita de no hacer ostentación de la riqueza y los bienes materiales, construir casas en huelga ni expresar la personalidad individual en el estilo personal, todo funciona para servir a la cohesión de la comunidad. Hay poco impulso para inspirar celos. En cambio, los hospiceños se esfuerzan por mantener un status quo que todos pueden obtener. Sin embargo, esta norma requiere que los individuos definan los límites de la normatividad como un proyecto público. Estos límites se hacen claros en los chismes y en la resistencia a aquellos que parecen cruzarlos. Como tal, las redes sociales se vuelven integrales para mantener la normatividad. Si bien la producción de normatividad es un aspecto importante de la vida social cotidiana en la calle, en la sociedad civil y en las conversaciones personales con los vecinos, el proyecto se fomenta y se hace más visible cuando los Hospiceños usan las redes sociales para llevar a cabo la “igualdad”.

³ Sherzer, J. 2002. *Word Play and Verbal Art*. Austin: University of Texas Press.

Realizando guiones sociales

A lo largo de este libro utilizo el concepto de guiones sociales para explicar las formas en que la normatividad hace que algunos comportamientos parezcan “naturales” y esperados, mientras que otros comportamientos se interpretan como extraños, fuera de lugar o inapropiados. La idea de los guiones sociales se basa en la noción de que las personas siempre están desempeñando; aunque puedan improvisar, las narrativas culturales básicas sirven como plataforma para estas representaciones. La interacción en las redes sociales deja en claro las formas en que estos guiones no son preexistentes, sino que son construidos constantemente por aquellos que actúan dentro de ellos. No todos los hospiceños siempre viven dentro de los límites de lo que el grupo más grande podría considerar apropiado, pero son estas mismas rupturas en las suposiciones naturalizadas las que hacen que los supuestos sean visibles. Ejemplos de estas rupturas demuestran cómo aquellos que tienen más interés en mantener la normalidad a menudo reafirman activamente las normas sociales imperantes cuando son desafiados.

La idea de los guiones sociales también reconoce la importancia de la audiencia en la interacción. Tanto los actores como las audiencias constantemente interpretan y redefinen los guiones sociales en el contexto de su historia específica y economía política. Las actuaciones cotidianas en las redes sociales cuentan historias de autocomprensión y afiliación, tanto a uno mismo como a los demás, creando lo “socialmente real” a través de la narración⁴. Como afirma Dwight Conquergood, el rendimiento no necesariamente comienza con la experiencia, sino a menudo se da cuenta de la experiencia⁵.

Sobre todo, la idea de que las plataformas de medios sociales son un escenario para realizar *scripts* sociales para una audiencia nos recuerda que las redes sociales son de hecho “sociales”. La naturaleza interactiva de las redes es clave para la popularidad de ciertas plataformas y aplicaciones en comparación con otras. Debido a que los hospiceños conciben Twitter como unidireccional, lo consideran aburrido. Por el contrario, Facebook, WhatsApp e Instagram ofrecen una amplia oportunidad para “me gusta”, comentar, conversar y participar en

⁴ Ver la discusión de Butler sobre performatividad e identidad. Butler, 1999. *Gender Trouble*. 146.

⁵ Conquergood, D. 1986. “Between Experience and Meaning: Performance as a Paradigm for Meaningful Action”. *Renewal and Revision: The Future of Interpretation*. Colson, T., ed. Austin: Omega. 6-7.

otras formas de interacción (como publicar un enlace o una fotografía en el muro de Facebook de un amigo); por lo tanto, están arraigados en las comunicaciones diarias. Pero más profundamente, la naturaleza interactiva de las redes sociales es importante porque proporciona una plataforma en la que los guiones sociales no solo se representan, sino que también se negocian activamente. Entonces, si bien la normatividad estructura la mayor parte de la vida cotidiana de los hospiceños, este no es un proceso unidireccional. Como todas las formas de hegemonía⁶, la normatividad es negociada por individuos dentro de una estructura más grande. Los guiones sociales ciertamente existen, y proporcionan una descripción de la vida social en Alto Hospicio, pero muchos hospiceños también valoran su habilidad para improvisar.

Es precisamente por la centralidad de la comunidad que las redes sociales son importantes para los hospiceños y toman las formas específicas que lo hacen. Los medios sociales, en lugar de alienar a las personas de sus vecinos, familias o amigos, crean nuevos caminos para la interacción en Alto Hospicio, a veces fomentando incluso la creación de nuevas relaciones sociales. No hay razón para creer que estas relaciones sean menos sinceras o más mediadas que las relaciones que comienzan o se desarrollan de otra manera. Los hospiceños usan las redes sociales para buscar personas con intereses mutuos, antecedentes similares y redes humanas en común; al hacerlo, simplemente complementan sus vidas sociales, en lugar de reemplazarlas o hacerlas menos auténticas.

Realizar lo ordinario en un lugar extraordinario

Estas redes sociales son importantes para la comunidad debido al conjunto único de circunstancias existentes y las ideologías neoliberales que estructuran el espacio de Alto Hospicio. La ausencia de intervención estatal y de grandes empresas privadas a menudo deja a los residentes a su suerte. En este contexto, las redes sociales y la comunidad se convierten en recursos importantes, por lo que es importante resaltar las identificaciones con identidad en lugar de diferencia. Los discursos de normatividad pueden reprimir, borrar u oscurecer algunas formas de identificación, pero sirven para proporcionar cohesión a la comunidad, a menudo vista como necesaria para las personas que se sienten

⁶ Gramsci, 1971. *Selections from the Prison Notebooks*. 216.

marginadas dentro de estructuras más amplias. Mientras que algunos hospiceños dicen que el rango de expresión en Alto Hospicio hace que la vida sea aburrida, ninguno comunica que se sienten personalmente reprimidos o incapaces de expresar su individualidad. En cambio, el límite de expresión ocurre en un nivel inconsciente en el que el rango de opciones “naturales” se circunscribe a través de *scripts* sociales. Por lo tanto, los individuos no experimentan una pérdida de opciones; más bien, simplemente no consideran ciertas opciones en primer lugar.

La normatividad está estrechamente relacionada con las nociones de ciudadanía y, en particular, con las líneas de ciudadanía que resaltan la pertenencia. Al permanecer dentro de los límites de las formas esperadas y naturalizadas de actuar, interactuar y expresarse, los hospiceños comunican que son “buenos ciudadanos”. Se atienen a los guiones sociales predominantes en lugar de desafiarlos, y en general contribuyen a una comunidad cohesionada. Pero esta normatividad también está estrechamente relacionada con las formas en que los hospiceños conciben la ciudadanía en relación con el Estado-nación. El mantenimiento de la normatividad local les permite concebir su marginalidad en contraste con los excesos imaginados y el cosmopolitismo de los sitios más importantes física y figurativamente para la nación. Manteniendo una estética sencilla, estrechos lazos comunitarios, formas familiares tradicionales y un enfoque en lo local, los hospiceños se representan a sí mismos como los verdaderos ciudadanos chilenos: marginados por el gobierno y los intereses empresariales y periféricos a la participación política, estatus legal y derechos, pero no obstante, aquellos que realmente pertenecen.

Al identificarse como ciudadanos marginados, los individuos destacan sus modos de autocomprensión que corresponden a la normatividad. Sin embargo, cuando se resaltan ciertos aspectos del yo, otros se borran, se ocultan o no se mencionan. El trabajo y la familia suelen destacarse, y a menudo se utilizan para situarse dentro de mundos sociales más amplios. Mientras que los hombres a menudo se enorgullecen de proporcionar a sus familias, adultos y son tanto los productos como los productores de los *scripts* sociales a los que están sujetos sus usuarios. Los hospiceños reproducen sus normatividades a través de las redes sociales, incluso sin darse cuenta. Destacan su ciudadanía marginada y borran las formas de distinción, creando su propia identificación particular de la comunidad en el proceso.

APÉNDICE

CUESTIONARIO DE REDES SOCIALES

En junio, julio y agosto de 2014, junto con el asistente de campo Jorge Castro Gárate del departamento de Trabajo Social de la Universidad Arturo Pratt en Iquique, encuesté a 100 hospiceños sobre su uso de las redes sociales. La encuesta se llevó a cabo en dos partes. La primera parte tomó aproximadamente una hora y la segunda solo 10 minutos.

La primera parte de la encuesta comenzó con preguntas sobre demografía básica: género, edad, situación doméstica, ocupación, identificación étnica o racial y longevidad en Alto Hospicio. Luego pregunté sobre los atributos familiares y los indicadores de riqueza. La mayoría de la encuesta estaba compuesta por preguntas sobre el uso de las redes sociales: qué medios utilizaba el encuestado, hacía cuánto tiempo tenían las cuentas, con qué frecuencia usaban estas redes, qué tipo de dispositivos se usaron para acceder a los medios, con quién se comunicaba el entrevistado al utilizarlos, cuántos “amigos” tenía y dónde estaban ubicadas estas personas.

La segunda parte de la encuesta formulaba preguntas relacionadas con la comunicación con miembros de la familia en las redes sociales, las diferencias entre los amigos de las redes sociales que conocían y los conocidos solo en línea, los perfiles falsos, el uso de fotografías en línea y la relación entre las redes y los negocios o el comercio. Esta encuesta también solicitó evaluaciones de la felicidad, la popularidad, las obligaciones sociales y las tensiones interpersonales como resultado del uso de las redes sociales.

Estas encuestas fueron de naturaleza cuantitativa y cualitativa, y se replicaron en los nueve sitios de campo del Estudio de Impacto de las Redes Sociales Globales. Los análisis cuantitativos de los trabajos de terreno están disponibles en el capítulo 4 del volumen editado *How the World Changed Social Media*, que explora varios temas del estudio como un todo.

REFERENCIAS

- Adler Lomnitz, L. 1977. *Networks and Marginality: Life in a Mexican Shantytown*. New York: Academic Press.
- Adorno, T. and Horkheimer, M. 2002 [1944]. 'The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception.' *Dialectic of Enlightenment*. Redwood City, CA: Stanford University Press.
- Aizura, Aren Z. 2006. 'Of Borders and Homes: The Imaginary Community of (Trans)sexual Citizenship.' *Inter-Asia Cultural Studies* 7(2): 289-309.
- Albó, X., Greaves, T. and Sandoval Z. G. 1981. *Chukiyawu: La Cara Aymara de La Paz*, vol. 4 (Cuadernos de investigación No. 29). La Paz: CIPCA.
- Anderson, B. 1983. *Imagined Communities*. London: Verso.
- Ariztía Larraín, T. 2009. 'Moving Home: The Everyday Making of the Chilean Middle Class.' Ph.D. thesis, Department of Sociology of the London School of Economics, London.
- Ariztía Larraín, T. 2014. 'Housing Markets Performing Class: Middle Class Cultures and Market Professionals in Chile.' *The Sociological Review* 62(2): 400-20.
- Ashforth, B. E. and Kreiner, G. E. 1999. '“How Can You Do It?”: Dirty Work and the Challenge of Constructing a Positive Identity.' *The Academy of Management Review* 24(3): 413-34.
- Auyero, J. 1999. 'The Hyper-Shantytown: Ethnographic Portraits of neo-liberal violence(s).' *Ethnography* 1(1): 93-116.
- Babidge, S. 2013. '“Socios”: The Contested Morality of “Partnerships” in Indigenous Community-Mining Company Relations, Northern Chile.' *The Journal of Latin American and Caribbean Anthropology* 18(2): 274-93.
- Barr-Melej, P. 1998. 'Cowboys and Constructions: Nationalist Representations of Pastoral Life in Post-Portalian Chile.' *Journal of Latin American Studies* 30(1): 35-61.
- Bauman, R. 1975. *Verbal Art as Performance*. Rowley: Newbury House Publishers.
- Bauman, R. and Briggs, C. L. 1990. 'Poetics and Performance as Critical Perspectives on Language and Social Life.' *Annual Review of Anthropology* 19: 59-88.

- Beechey, V. 1988. 'Rethinking the Definition of Work: Gender and Work.' En: Jenson, J., Hagen, E. and Reddy, C., eds. *Feminization of the Labor Force: Paradoxes and Promises*. New York: Oxford University Press.
- Benjamin, W. 1936. *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. New York: Random House.
- Bloemraad, I., Korteweg, A. and Yurdakul, G. 2008. 'Citizenship and Immigration: Multiculturalism, Assimilation, and Challenges to the Nation-State.' *Annual Review of Sociology* 34: 153-79.
- Bosniak, L. S. 2001. "Denationalizing Citizenship.' *Citizenship: Comparison and Perspectives*. Aleinikoff, T. A. and Klusmeyer, D., eds. Carnegie Endowment For International Peace.
- Bourdieu, P. 1977. *Outline of a Theory of Practice*. Nice, R., trans. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bourdieu, P. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Nice, R., trans. New York: Routledge.
- Bourdieu, P. 1990. *The Logic of Practice*, Nice, R., trans. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. 2005. *The Social Structures of the Economy*. Malden, MA: Polity Press.
- Bourdieu, P. 2006. 'Structures and the Habitus.' Moore, H. L. and Sanders, T., eds. *Anthropology in Theory: Issues in Epistemology*. Malden, MA: Blackwell.
- Boyd, Danah. 2011. 'Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications.' Papacharissi, Z., ed. *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. New York: Routledge. 39-58.
- Brice Heath, S. 1983. *Ways with Words: Language, Life, and Work in Communities and Classrooms*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brodwin, P. 2001. 'Marginality and Cultural Intimacy in a Trans-national Haitian Community.' Occasional Paper No. 91, October. Department of Anthropology, University of Wisconsin- Milwaukee, USA.
- Brown, K. W. 2012. *A History of Mining in Latin America: From the Colonial Era to the Present*. Albuquerque, NM: University of New Mexico Press.
- Brubaker, R. and Cooper, F. 2000. 'Beyond "Identity"'. *Theory and Society* 29:1-47.
- Bruess, C. J. S. and Pearson, J. C. 1993. "'Sweet Pea" and "Pussy Cat": An Examination of Idiom Use and Marital Satisfaction Over the Life Cycle.' *Journal of Social and Personal Relationships* 10(4): 609-15.
- Bucholtz, M. and Hall, K. 2004. 'Theorizing Identity in Language and Sexuality Research.' *Language in Society* 33: 469-515.
- Bucholtz, M. and Hall, K. 2005. 'Identity and Interaction: A Sociocultural Linguistic Approach.' *Discourse Studies* 7(4): 585-614.

- Butler, J. 1999. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.
- Carruthers, D. and Rodriguez, P. 2009. 'Mapuche Protest, Environmental Conflict and Social Movement Linkage in Chile.' *Third World Quarterly* 30(4): 743-60.
- Carvallo-Fernandini, R. and Saavedra Lafuente, D. *The History of CTC and Entel: Precursors of the Telecommunications in Chile*. 2008. Universidad Católica de Valparaíso. Disponible en <http://www.iceeghn.org/wiki/images/0/08/Carvallo-Fernandini.pdf>
- Castles, S. 2002. 'Migration and Community Formation under Conditions of Globalization.' *International Migration Review* 36(4): 1143-68.
- Castles, S. and Davidson, A. 2000. *Citizenship and Migration: Globalization and the Politics of Belonging*. New York: Routledge.
- Chauncey, G. 1994. *Gay New York*. New York: Basic Books.
- 'Chile-Peru Border defined by UN Court at The Hague.' BBC News, 28 January 2014. <http://www.bbc.com/news/world-europe-25911867>. Accessed 29 January 2014.
- Collier, S. and Sater, W. F. 2002. *A History of Chile, 1808-2002*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Conlin, L. '10 hábitos de la gente muy bien educada.' *Opinza*, 2 January 2015. Disponible en <http://opinza.com/2015/01/10-habitos-de-la-gente-muy-bien-educada/>
- Connell, R. W. 1987. *Gender and Power: Society, the Person and Sexual Politics*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Conquergood, D. 1986. 'Between Experience and Meaning: Performance as a Paradigm for Meaningful Action.' Colson, T. ed. *Renewal and Revision: The Future of Interpretation*. Austin: Omega. 36-7.
- 'Copper solution: The mining industry has enriched Chile. But its future is precarious.' *The Economist*, 27 April 2013. Available online at <http://www.economist.com/news/business/21576714-mining-industry-has-enriched-chile-its-future-precarious-copper-solution>.
- Crow, J. 2010. 'Negotiating Inclusion in the Nation: Mapuche Intellectuals and the Chilean State.' *Latin American and Caribbean Ethnic Studies* 5(2): 131-52.
- Darden, J. T. 1989. 'Blacks and other Racial Minorities: The Significance of Colour in Inequality.' *Urban Geography* 10: 562-77.
- Davis, B. 2003. 'Marginality in a Pluralistic Society.' *Eye On Psi Chi* 2(1): 1-4.
- Dawkins, R. 1976. *The Selfish Gene*. Oxford: Oxford University Press.
- De Beauvoir, S. 2009. *The Second Sex*. New York: Vintage Books.
- Debord, G. 1994. *The Society of the Spectacle*. New York: Zone Books.
- Di Leonardo, M. 1987. 'The Female World of Cards and Holidays: Women, Families, and the Work of Kinship.' *Signs* 12(3): 440-53.

- Druttman, B. and McHugh, E. 'Candidates Look to Chile's Outlying Regions to Boost Votes.' *The Santiago Times*, 2 December 2013. Disponible en <http://santiagotimes.cl/candidates-look-chiles-outlying-regions-boost-votes/>
- Dunn, E. 2005. *Privatizing Poland: Baby Food, Big Business, and the Remaking of Labor*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Durkheim, E. 2012. 'The Rules of Sociological Method.' Longhofer, W. and Daniel Winchester, D., eds. *Social Theory Re-Wired: New Connections to Classical and Contemporary Perspectives*. New York: Routledge.
- Dutton, D. 2002. 'Aesthetic Universals.' Gaut, B. and Dominic McIver Lopes, D., eds. *The Routledge Companion to Aesthetics*. New York: Routledge.
- Eagleton, T. 1990. *The Ideology of the Aesthetic*. Oxford: Oxford University Press. *Encuesta de caracterización socioeconómica nacional*. 2011. Santiago: Casen. Disponible en http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen_obj.php
- Fairclough, N. 2003. *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. New York: Routledge.
- Farmer, P. 1997. *Infections and Inequalities: The Modern Plagues*. Berkeley, CA: University of California Press. 263.
- Fenstermaker Berk, S. 1985. *The Gender Factory: The Apportionment of Work in American Households*. New York: Plenum.
- Florini, S. 2013. 'Tweets, Tweeps, and Signifyin': Communication and Cultural Performance on "Black Twitter.'" *Television New Media* 15(3): 223-7.
- Frazier, L. J. 2007. *Salt in the Sand: Memory, Violence, and the Nation-State in Chile, 1890 to the Present*. Durham, NC: Duke University Press.
- Gagnon, J. H. and Simon, W. 1973. *Sexual Conduct: The Social Sources of Human Sexuality*. Chicago: Aldine.
- Gänger, S. 2009. 'Conquering the Past: Post-War Archaeology and Nationalism in the Borderlands of Chile and Peru, c. 1880-1920.' *Comparative Studies in Society and History* 51(4): 691-714.
- Gans, H. J. 1996. 'From Underclass to Under-caste: Some Observations about the Future of the Post-Industrial Economy and its Major Victims.' Mingione, E., ed. *Urban Poverty and the Underclass: A Reader*. Oxford: Blackwell.
- 'GDP per capita, PPP (current international \$)'. 2011. World Bank, International Comparison Program database, World Development Indicators. Disponible en <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GD>
- Geertz, C. 1976. 'Art as a Cultural System.' *MLN* 91(6): 1473-99.
- Gelber, S. M. 1997. 'Do-It-Yourself: Constructing, Repairing and Maintaining Domestic Masculinity.' *American Quarterly* 49 (1): 66-112.
- Goffman, E. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, NY: Doubleday.

- Goldstein, D. 2004. *The Spectacular City: Violence and Performance in Urban Bolivia*. Durham, NC: Duke University Press. 21.
- Gramsci, A. 1971. Hoare, Q. and Nowell Smith, G., eds. *Selections from the Prison Notebooks of Antonio Gramsci*. New York: International Publishers.
- Gregory, S. 1998. *Black Corona: Race and the Politics of Place in an Urban Community*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Gutkind, P. C. W. 1974. *Urban Anthropology: Perspectives on "Third World" Urbanization and Urbanism*. Assen, The Netherlands: Van Gorcum.
- Gutmann, M. 2003. *Changing Men and Masculinities in Latin America*. Durham, NC: Duke University Press.
- Gutmann, M. 1997. 'Trafficking in Men: The Anthropology of Masculinity.' *Annual Review of Anthropology* 26: 385-409.
- Habermas, J. 1962. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge: Polity Press. 105.
- Halberstam, J. 1998. *Female Masculinity*. Durham, NC: Duke University Press.
- Han, C. 2012. *Life in Debt: Times of Care and Violence in Neoliberal Chile*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Handler, R. 1986. 'Authenticity.' *Anthropology Today* 2(1): 2-4.
- Hardoy, J. 1972. *El Proceso de Urbanización en America Latina*. La Habana, Cuba: Oficina Regional de Cultural para America Latina y el Caribe.
- Harness Goodwin, M. 1990. *He-Said-She-Said: Talk as Social Organization Among Black Children*. Bloomington, IN: Indiana University Press. 185-9.
- Harvey, D. 2005. *A Brief History of Neoliberalism*. New York: Oxford University Press.
- Haynes, N. 2016. 'Kiss with a Fist: The Chola's Humor and Humiliation in Bolivian Lucha Libre.' *Journal of Language and Sexuality* 5(2).
- Hennessy, R. 2006. 'The Value of a Second Skin.' Richardson, D., McLaughlin, J. and Casey, M. E., eds. *Intersections between Feminist and Queer Theory*. Basingstoke: Palgrave. 116-35.
- Hervik, P. 1999. 'The Mysterious Maya of National Geographic.' *Journal of Latin American Anthropology* 4(1): 166-97.
- Hillewaert, S. 2015. 'Writing with an Accent: Orthographic Practice, Emblems, and Traces on Facebook.' *Journal of Linguistic Anthropology* 25(2): 195-214.
- Holland, J., Ramazanoglu, C., Sharpe, S. and Thomson, R. 1998. *The Male in the Head: Young People, Heterosexuality and Power*. London: Tufnell Press.
- Hooks, b. 1995. 'Beauty Laid Bare: Aesthetics in the Ordinary.' Walker, R., ed. *To Be Real*. New York: Anchor Books.
- Horst, H. and Miller, D. 2012. *Digital Anthropology*. Oxford: Berg.

- Hymes, D. 1981. *In Vain I Tried to Tell You*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- ‘Índice de Calidad de Vida Urbana.’ 2014. Núcleo de Estudios Metropolitanos, Instituto de Estudios Urbanos y Territoriales. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile y la Cámara Chilena de la Construcción. Disponible en <http://www.estudiosurbanos.uc.cl/component/zoo/item/indice-de-calidad-de-vida-urbana-icvu>
- Jacobson, D. 1975. ‘Fair Weather Friend: Label and Context in Middle Class Friendships.’ *Journal of Anthropological Research* 31(3): 225-34.
- James, N. 1989. ‘Emotional Labour: Skill and Work in the Social Regulation of Feelings.’ *The Sociological Review* 31(1):15-42.
- Jameson, F. 1991. *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. New York: Verso.
- Jofré, D. 2007. ‘Reconstructing the Politics of Indigenous Identity in Chile.’ *Archaeologies* 3(1): 16-38.
- Kessler, S. J. and McKenna, W. 1978. *Gender: An Ethnomethodological Approach*. New York: Wiley.
- Kirchenblatt Gimblett, B. 1983. ‘An Accessible Aesthetic: The Role of Folk Arts and the Folk Artist in the Curriculum.’ *New York Folklore: The Journal of the New York Folklore Society* 9(3-4): 9-18.
- Kirsch, M. H. 2000. *Queer Theory and Social Change*. London: Routledge. Klein, N. 2007. *The Shock Doctrine*. New York: Picador. 93-4.
- Kleinman, A. 2000. ‘The Violences of Everyday Life: The Multiple Forms and Dynamics of Social Violence.’ Kleinman, A. and Das, V., eds. *Violence and Subjectivity*. Berkeley, CA: University of California Press. 226-41, 227.
- Koskinen, I. 2007. ‘Managing Banality in Mobile Multimedia.’ Peritierra, R., ed. *The Social Construction and Usage of Communications Technology: Asian and European Experiences*. Philadelphia: University of the Philippines Press. 60-81.
- Kristeva, J. 1980. *Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art*. New York: Columbia University Press.
- Laclau, E. and Mouffe, C. 1985. *Hegemony and Socialist Strategy*. London: Verso.
- Labov, W. 1972. *Language in the Inner City: Studies in the Black English Vernacular*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press.
- Lancaster, R. N. 1997. ‘“That We Should All Turn Queer?”: Homosexual Stigma in the Making of Manhood and the Breaking of a Revolution in Nicaragua.’ Herdt, G. H., ed. *Same Sex, Different Cultures: Gays and Lesbians Across Cultures*. Boulder, CO: Westview Press. 97-115.
- Lancaster, R. N. 2008. ‘Preface.’ Collins, J. L., di Leonardo, M. and Williams, B., eds. *New Landscapes of Inequality*. Santa Fe: School for Advanced Research Press.

- Larraín, J. 2006. 'Changes in Chilean Identity: Thirty Years after the Military Coup.' *Nations and Nationalism* 12(2): 321-38.
- Larsen, J. E. and Andersen, J. 1998. 'Gender, Poverty and Empowerment.' *Critical Social Policy* 18(2): 241-58.
- Latin America Digital Future in Focus* report. Comscore. 2013. Disponible online en http://www.comscore.com/Insights/Blog/2013_Digital_Future_in_Focus_Series.
- 'Latinobarómetro.' 2011. Corporación Latinobarómetro. Disponible en <http://latinobarometro.org/>
- Lee, C. K. M. 2011. 'Micro-Blogging and Status Updates on Facebook: Texts and Practices.' Thurlow, C. and Mroczek, K., eds. *Digital Discourse: Language in the New Media*. Oxford: Oxford University Press. 111-28.
- Leidner, R. 1991. 'Serving Hamburgers and Selling Insurance: Gender, Work, and Identity in Interactive Service Jobs.' *Gender and Society* 5(2): 154-77.
- Leimgruber, W. 2004. *Between Global and Local: Marginality and Marginal Regions in the Context of Globalization and Deregulation*. Burlington, VT: Ashgate Publishing Ltd.
- Leitner, H. and Ehrkamp, P. 2003. 'Beyond national citizenship: Turkish immigrants and the (re)construction of citizenship in Germany.' *Urban Geography* 24(2): 127-46.
- Leppänen, S., Kytölä, S., Jousmäki, H., Peuronen, S. and Westinen, E. 2013. 'Entextualization and Resemiotization as Resources for (Dis)identification in Social Media.' *Tilburg Papers in Cultural Studies*, No. 57. Tilburg University.
- Lovaas, K. and Jenkins, M. M. 2006. 'Charting a Path through the "Desert of Nothing".' En: *Sexualities and Communication in Everyday Life: A Reader*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lukacs, G. 1968. Livingstone, R., ed. *History and Class Consciousness: Studies in Marxist Dialectics*. Cambridge MA: The MIT Press.
- Lynch, G. 1987. *Roughnecks, Drillers, and Tool Pushers: Thirty-three Years in the Oil Fields*. Austin: University of Texas Press.
- Madianou, M. and Miller, D. 2012. 'Polymedia: Towards a New Theory of Digital Media in Interpersonal Communication.' *International Journal of Cultural Studies* 16(2): 169-87.
- Malinowski, B. 1923. 'The Problem of Meaning in Primitive Languages.' Ogden, C. K. and Richards, I. A., eds. *The Meaning of Meaning*. London: Routledge. 146-52.
- Marino, M. E., Pilleux, M., Quilaqueo, D. and San Martín, B. 2009. 'Discursive Racism in Chile: The Mapuche Case.' Van Dijk, T. A., ed. *Racism and Discourse in Latin America*. New York: Rowman and Littlefield. 95-130.

- Marshall, T. H. 2009 [1950]. 'Citizenship and Social Class.' Manza, J. and Sauder, M., eds. *Inequality and Society*. New York: W. W. Norton and Co. 148-54.
- Martin, E. 1997. 'Managing Americans: Policy and Changes in the Meanings of Work and the Self.' *Anthropology of Policy: Critical Perspectives on Governance and Power*. Shore, C. and Ritty, L. 2009. *Liberalization's Children: Gender, Youth, and Consumer Citizenship in Globalizing India*. Durham, NC: Duke University Press. Right, S., eds. London: Routledge.
- McDonald, T. Forthcoming. *Social Media in Rural China*. London: UCL Press.
- McLaughlin, J., Casey, M. E. and Richardson, D. 2006. 'At the Intersections of Feminist and Queer Debates.' Richardson, D., McLaughlin, J. and Casey, M. E., eds. *Intersections between Feminist and Queer Theory*. Basingstoke: Palgrave.
- Méndez, M. L. 2008. 'Middle Class Identities in a Neoliberal Age: Tensions between Contested Authenticities.' *Sociological Review* 56(2): 220-37.
- Milkman, R. 1987. *Gender at Work: The Dynamics of Job Segregation by Sex during World War II*. Urbana: University of Illinois Press.
- Miller, D. 2016. *Social Media in an English Village*. London: UCL Press.
- Miller, D. and Sinanan, J. Forthcoming. *Visualising Facebook: A Comparative Perspective*. London: UCL Press.
- Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., Spyer, J., Venkatraman, S. and Wang, Xinyuan. 2016. *How the World Changed Social Media*. London: UCL Press.
- Miller, V. 2008. 'New Media, Networking and Phatic Culture.' *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 14(4): 387-400.
- Ministerio de Educación, Gobierno de Chile, *Bases de Datos de Matriculados*. Available online at <http://www.mifuturo.cl/index.php/bases-de-datosmatriculados>.
- Modan, G. 2007. *Turf Wars: Discourse, Diversity, and the Politics of Place*. New York: Blackwell.
- Moodie, D. and Ndatshe, V. 1994. *Going for Gold: Men, Mines, and Migration*. Berkeley: University of California Press.
- Morgan, M. 2002 'Language, Power, and Discourse in African American Culture.' *Studies in the Social and Cultural Foundations of Language* 20. Cambridge: Cambridge University Press. 56-7.
- Mort, F. 1995. 'Archaeologies of City Life: Commercial Culture, Masculinity, and Spatial Relations in 1980s London.' *Environment and Planning D: Society and Space* 13: 573-90.
- Muñoz, J. 1999. *Disidentifications: Queers of Color and the Performance of Politics*. Minneapolis: University of Minnesota Press. 157-60.
- Nelkin, D. and Lindee, S. 1996. *The DNA Mystique: The Gene as a Cultural Icon*. Ann Arbor: University of Michigan Press.

- Ong, A. 1991. 'The Gender and Labor Politics of Postmodernity.' *Annual Review of Anthropology* 20: 279-309.
- Ong, A. 2006. *Neoliberalism as Exception: Mutations in Citizenship and Sovereignty*. Durham, NC: Duke University Press.
- Organization for Economic Cooperation and Development. 2015. OECD Income Distribution and Poverty Database. Disponible en www.oecd.org/els/social/inequality
- Papacharissi, Z. 2009. 'The Virtual Geographies of Social Networks: A Comparative Analysis of Facebook, LinkedIn and A Small World.' *New Media and Society* 11(1-2): 199-220.
- Parker, R. 1999. *Beneath the Equator: Cultures of Desire, Male Homosexuality, and Emerging Gay Communities in Brazil*. New York: Routledge.
- Pascoe, C. J. 2011. *Dude, You're a Fag: Masculinity and Sexuality in High School*. Berkeley: University of California Press.
- Peattie, L. R. 1974. 'The Concept of "marginality" as Applied to Squatter Settlements.' Cornelius, W. A. and Trueblood, F. M., eds. *Latin American Urban Research 4: Anthropological Perspectives on Latin American Urbanization*. Beverly Hills: Sage. 101-9.
- Pêcheux, M. 1982. *Language, Semantics, and Ideology*. New York: St. Martin's Press. 157.
- Ranciere, J. 2002. 'The Aesthetic Revolution and its Outcomes.' *The New Left Review* 14: 133-51.
- Richards, P. 2005. 'The Politics of Gender, Human Rights, and Being Indigenous in Chile.' *Gender & Society* 19(2): 199-220.
- Richards, P. 2010. 'Of Indians and Terrorists: How the State and Local Elites Construct the Mapuche in Neoliberal Multicultural Chile.' *Journal of Latin American Studies* 42: 59-90.
- Richardson, D. 2007. 'Patterned Fluidities: (Re)Imagining the Relationship between Gender and Sexuality.' *Sociology* 41: 457-74.
- Ritchie, D. 2005. 'Frame-Shifting in Humor and Irony.' *Metaphor and Symbol* 20(4): 275-94.
- Roberts, B. R. 1978. *Cities of Peasants: The Political Economy of Urbanization in the Third World*. London: Edward Arnold.
- Rubin, G. 1984. 'Thinking Sex: Notes for a Radical Theory of the Politics of Sexuality.' Vance, C., ed. *Pleasure and Danger: Exploring Female Sexuality*. Vance, C., ed. Boston: Routledge. 267-391.
- Savage, M., Bagnall, G. and Longhurst, B. 2001. 'Ordinary, Ambivalent and Defensive: Class Identities in the Northwest of England.' *Sociology* 35(4): 875-92.

- Schechner, R. 2002. *Performance Studies: An Introduction*. New York: Routledge.
- Schneider, D. M. 1964. *A Critique of the Study of Kinship*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Seidman, S. 2002. *Beyond the Closet. The Transformation of Gay and Lesbian Life*. New York: Routledge.
- Sepúlveda, M., ed. 2008. *Anuario de Estadísticas Criminales Fundación Paz Ciudadana*. Santiago: Fundación Paz Ciudadana. Available online at http://www.pazciudadana.cl/wp-content/uploads/2013/07/2009-01-20_Anuario-de-estad%C3%83%C2%ADsticas-criminales-2008.pdf
- Sherzer, J. 2002. *Word Play and Verbal Art*. Austin: University of Texas Press.
- Sinanan, J. Forthcoming. *Social Media in Trinidad*. London: UCL Press.
- Smith, G. 1989. *Livelihood and Resistance: Peasants and the Politics of Land in Peru*. Berkeley: University of California Press.
- Smith, S. 1989. 'Society, Space and Citizenship Transactions.' *IBG* 14: 144-56.
- Smitherman, G. 2000. "If I'm Lyin, I'm Flyin": The Game of Insult in Black Language.' *Talkin that Talk: Language, Culture, and Education in African America*. New York, NY: Routledge. 223-30.
- Sommers, L. M., Mehretu, A. and Pigozzi, B. W. M. 1999. 'Towards Typologies of Socio-economic Marginality: North/South Comparisons.' Jussila, H., Majoral, R. and Mutambirwa, C. C., eds. *Marginality in Space-Past, Present and Future: Theoretical and Methodological Aspects of Cultural, Social and Economical Parameters of Marginal and Critical Regions*. London: Ashgate Publishing Ltd. 7-24.
- Strathern, M. 1988. *The Gender of the Gift: Problems with Women and Problems with Society in Melanesia*. Berkeley: University of California Press.
- Sturm, C. 2002. *Blood Politics: Race, Culture, and Identity in the Cherokee Nation of Oklahoma*. Berkeley: University of California Press.
- Taylor, E. 2014. 'The Curation of the Self in the Age of the Internet.' Paper presented at IUAES/ JASCA Conference, Tokyo, Japan. Disponible en <http://erinbtaylor.com/the-curation-of-the-self-in-the-age-of-the-internet>.
- Thomann, M. 2016. 'Zones of Difference, Boundaries of Access: Moral Geography and Community Mapping in Abidjan, Côte d'Ivoire.' *Journal of Homosexuality* 63(3): 426-36.
- Tsing, A. L. 2003. 'Agrarian Allegory and Global Futures.' Greenough, P. and Tsing, A., eds. *Nature in the Global South: Environmental Projects in South and Southeast Asia*. Durham, NC: Duke University Press. 124-69.
- Tsing, A. L. 1993. *In the Realm of the Diamond Queen: Marginality in an Out-of-the-Way Place*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Turkle, S. 2010. *Alone Together*. New York: Basic Books.

- Turner, V. 1982. *From Ritual to Theatre: The Human Seriousness of Play*. New York: Performing Arts Journal Publications.
- Turner, V. 1986. *The Anthropology of Performance*. New York: PAJ Publications.
- Valentine, D. 2007. *Imagining Transgender: An Ethnography of a Category*. Durham, NC: Duke University Press.
- Vélez Ibáñez, C. G. 1983. *Rituals of Marginality: Politics, Process, and Culture Change in Urban Central Mexico 1969-1974*. Berkeley: University of California Press.
- Velghe, F. 2015. 'Hallo hoe gaan dit, wat maak jy?: Phatic communication, the Mobile Phone and Coping Strategies in a South African Context.' *Multilingual Margins* 2(1): 10-30.
- Venkatraman, S. Forthcoming. *Social Media in South India*. London: UCL Press.
- Vergara, J. I. and Gundermann, H. 'Conformación y Dinámica Interna del Campo Identitario Regional en Tarapacá y Los Lagos, Chile.' En: *Chungara, Revista de Antropología Chilena* 44, No. 1 (2012): 115-34. Disponible en <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-73562012000100009>
- Vertovec, S. 2004. 'Migrant Transnationalism and Modes of Transformation.' *International Migration Review* 38(3): 970-1001.
- West, C. and Zimmerman, D. H. 1987. 'Doing Gender.' *Gender and Society* 1(2): 125-51.
- Williams, R. 1977. *Marxism and Literature*. New York: Oxford University Press.
- Wittgenstein, L. 1953. *Philosophical Investigations*, 3rd ed. Anscombe, G. E. M., trans. London: Macmillan.
- Wright, T. 2000. 'Gay Organizations, NGOs, and the Globalization of Sexual Identity: The Case of Bolivia.' *The Journal of Latin American Anthropology* 5(2): 89-111.
- Yanagisako, S. 2002. *Producing Culture and Capital: Family Firms in Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Yeh, E. T. 2007. 'Tibetan Indigeneity: Translations, Resemblances, and Uptake.' De la Cadena, M. and Starn, O., eds. *Indigenous Experience Today*. New York: Berg.
- Yus, F. 2003. 'Humor and the Search for Relevance.' *Journal of Pragmatics* 35: 1295-1331.
- Zukin, S. 2004. *Point of Purchase: How Shopping Changed American Culture*. New York: Routledge.

ÍNDICE

- Aburrimiento, aburrido 59, 71, 74, 87,
93–95, 145, 218
- Allende, Isabel 32
- Allende, Salvador 25, 26
- Alto Hospicio
Mapas 16, 17, 22
Fotos 18, 19, 20, 25, 30, 41, 47, 48,
64, 91, 92, 116, 179, 182
- Amigos 7, 8, 43, 44, 50, 51, 56, 57, 60,
65–71, 74–76, 78–82, 84, 86, 87,
90, 95, 96, 99, 101, 106, 108,
113, 114, 118, 120–122, 128,
129, 132–137, 139, 140, 144,
145, 151, 152, 153, 156, 159,
163, 164, 165, 168, 185, 188,
195, 196, 201, 215, 217,
219, 221
- Anderson, Benedict 12, 13
- Arica 23, 72, 145, 177
- Auténtica, autenticidad, autenticados,
autenticación, auténticamente 84,
111, 114, 119, 120, 135, 136,
138, 139, 173, 176, 182, 192,
210–212, 215, 217, 219
- Aymara (pueblo) 113, 198
- Bachelet, Michelle 183, 184, 185–186
- Baile, bailando 76–78, 200
Baile folklórico 76
- Bienes de consumo 49, 165, 214
- Bolivia e inmigrantes bolivianos en
Chile 40, 65, 197
- Calidad de vida 20–21
- Capitalismo, neoliberalismo 28, 29, 31,
55, 144, 187, 212, 215
“ser chileno/a,” “chileno/a
verdadero/a” 181
- Chilenismos, modismos chilenos 196
- Chisme 46, 50, 216, 217
- Citas 10, 145
- Ciudadanía 11–14, 27–29, 36–38,
53–58, 61, 70, 72, 80, 89, 111,
112, 120, 139, 140, 142, 143,
144, 164, 175, 176, 181, 186,
198, 206, 210, 220
- Clase social 29, 31, 100, 165, 183, 192,
205, 49, 50, 51, 101, 204, 205
- CODELCO 24, 27, 28
- Comida 95, 96, 97, 98, 158
- Comunidad(es) 12, 13, 14, 21, 25, 31,
37, 39, 42, 43, 45, 49, 51, 53,
55, 57, 62, 67, 69, 70, 74, 80, 84,
89, 102, 109, 111, 113, 114, 115,
117, 118, 120, 127, 132, 135,
137, 138, 139, 140, 156, 158,
160, 162, 164, 174, 175, 176,
180, 181, 186, 187, 190, 191,
192, 197, 199, 203, 204, 206,
208, 209, 210, 211, 212, 213,
215, 217, 219, 220
- Comunidad(es) imaginada(s) 12, 13,
180
- Consejo Nacional Aymara 42, 198

- Consumo conspicuo, consumismo 29, 31, 36, 45, 49, 50, 52, 54, 110, 165, 171, 175, 193, 207, 212, 213, 214, 215
- Cosmopolitismo 207, 212, 220
- Cultura chilena 186, 193
- Curación (de imágenes, de cultura material) 57
- Desigualdad 33, 34, 37, 175, 209
- Discriminación, estigma, estigmatización 41, 42, 101, 117, 118, 211
- División de labor por género 142, 146, 164, 165, 168, 174, 175, 203
- Educación 25, 29, 31, 39, 41, 51, 54, 78, 108, 109, 125, 142, 154, 192, 205
- Embarazo, mujer embarazada, bebe, hijo/a nuevo/a 124, 125, 126, 130, 146, 147
- Espacio público 74, 174, 214
- Estética 20, 52, 53, 75, 89, 90, 97, 99, 100, 110, 111, 112, 207, 210, 213, 214, 215, 220
- Etnografía 58, 208
- Facebook 9, 11, 13, 15, 21, 37, 38, 44, 45, 49, 50, 54, 56, 59, 60, 61, 62, 66–84, 87, 89, 98, 99, 101, 103, 106, 110, 111, 113, 114, 117, 118, 120–125, 127–132, 134–139, 141, 144, 145, 146, 147, 150, 154–159, 165, 171, 172, 173, 178, 182, 184, 185, 187, 188, 190, 192, 198, 200, 201, 202, 207, 214, 215, 217, 218, 219
- Familia, familiares 8, 11, 14, 18, 24, 29, 34, 43–51, 53, 57, 58, 62, 63, 65, 67–72, 74, 78, 82, 84, 86, 87, 100, 107–109, 113, 115, 117, 119, 121–128, 132, 133, 135–137, 140–146, 148, 149, 151–159, 161–166, 168, 171, 172, 175–178, 188, 190, 195, 197, 199, 201–204, 209, 210, 212, 213–215, 219–221
- Feminidad 147, 163, 166, 170, 171, 173, 174
- Fiestas patrias 11, 14, 25, 195
- Flaites 45, 116, 117, 124
- “footies” 93
- Friedman, Milton 26, 28, 31
- Fotos, fotografía 14, 45, 46, 54, 60, 65, 67–71, 73, 77, 79–84, 86, 90–101, 111, 118–119, 122–125, 128, 130, 131, 133, 134, 136, 140, 146, 147, 150, 151, 155, 159, 160, 161, 165, 166, 171, 178, 179, 188–191, 195, 200, 214, 219, 221
- Género, performance de género 18, 38, 43, 44, 54, 57, 76, 81, 84, 103, 132, 140, 142–144, 147, 162–168, 170–177, 210, 213, 214
- Gente indígena, pueblos indígenas, indígenas, Indios, indigenismo 19, 32, 38–43, 143, 197, 198, 199, 200, 204
- Google 60, 61
- Guerra del Pacífico (1879–1883) 22, 23, 143, 199, 201
- Guión social 140
- Homogeneidad, homogenización 32, 42, 45, 53, 55, 89, 140, 142, 197, 200, 212, 216
- Homosexualidad, gay, lesbiana 43–45, 60, 17, 172
- Humor, broma, chiste, chistoso/a, auto-deprecación 16, 51, 54, 71, 79, 81, 86, 91, 100–103, 107,

- 109, 110, 118, 119, 124, 134,
137–139, 141, 152, 164, 184,
194, 196, 203, 206, 210, 214, 217
- Identidad, identificación 14, 28, 29, 31,
36–39, 42, 43, 49, 52–57, 63, 65,
88, 100, 110–112, 127, 144, 147,
148, 149, 154, 155, 160, 164,
165, 175, 176, 182, 181, 184,
192, 195, 197, 198, 199, 201,
204, 205, 207, 209, 210, 211,
213, 219, 220
- IMF (International Monetary
Fund, Fondo Monetario
Internacional) 31
- Inca 22
- Inglés (idioma) 9, 12, 45, 51, 106, 113,
137, 171
- Instagram 66, 72, 74, 75, 77, 80, 81,
82, 84, 97, 89, 90, 97, 98, 99,
110, 111, 171, 178, 179, 182,
192, 214, 218
- Interacción, interactivo/a (in relation to
social media being interactive) 66,
67, 79, 218, 219
- Iquique 16–24, 29–31, 40, 44, 45, 46,
51, 68, 69, 73, 75, 90, 100, 115,
118, 119, 121, 145, 146, 154–
157, 162, 171, 177, 184, 187,
188, 190, 202, 221
- Jara, Victor 32
- Mapuche (pueblo) 39, 40, 43, 113, 200,
- Marginal, marginalidad, marginalización,
periferia, periféricos/as 11, 14,
20, 21, 33–37, 39, 51, 54, 78, 51,
53, 54, 55, 56, 57, 58, 65, 89,
90, 100, 101, 111, 175, 176, 180,
193, 197, 198, 199, 205, 206,
207, 211, 212, 213, 220
- Masculinidad 147, 153, 163, 165, 166,
168, 170, 171, 173, 174
- Matthei, Evelyn 184–186
- McDonald's 30
- Mediocre, mediocridad 103, 106
- Memes 14, 16, 27, 28, 29, 37, 54, 68,
71–73, 75, 76, 80–82, 86, 102,
103, 106, 107, 109, 110, 119,
122, 123, 124, 133, 134, 136,
147, 149, 153, 165, 167, 168,
169, 171, 184, 185, 188, 192,
196, 203, 204, 205, 214, 217
- Mestizaje, mestizo/a 32, 39, 40, 199
- Marchas, protestas, manifestaciones 21,
55, 188, 189,
- Masacre de la escuela Santa Maria 188,
189, 202
- Minería, mina, minero/a 22, 24, 44,
71, 109, 128, 132, 133, 143, 144,
145, 147, 151, 153, 154, 162,
168, 194, 195
- Miranda, Roxana 188
- Movimiento laboral, movimiento obrero,
sindicato 24, 25, 149, 215
- Mujeres empoderadas 43, 162, 209
- Nacionalismo, identidad nacional,
orgullo nacional 11, 12, 38, 181,
195, 196
- Negocio (usando redes sociales) 69, 70,
71, 72, 147, 155, 157, 158
- Negocio familiar 154
- Neruda, Pablo 32
- Niños/as, hijos, hijas 15, 23, 30, 44,
45, 50, 51, 52, 56, 64, 68, 69, 73,
75, 103, 115, 117, 118, 121–127,
133, 140, 141, 142, 145, 146,
148, 154, 159, 160–165, 172,
175, 178, 189
- Normas sociales, normatividad,
normal 85, 110, 218

- Norte Grande 15, 17, 18, 21, 25, 27, 62, 143
- Parra, Violeta 32
- Perfiles falsos 118
- Pertenencia, sentido de pertenecer 12, 13, 21, 42, 52, 54, 80, 84, 87, 102, 115, 119, 120, 139, 197, 199, 210, 220
- Perú e inmigrantes Peruanos en Chile 40, 42, 202–204, 211
- Pinochet, Augusto 25, 26, 27, 28, 185, 186, 188, 189, 211
- Pinto, Anibal 23
- Piñera, Sebastián 62
- Pituca sin Lucas (serie de televisión) 205
- Pobreza, ser pobre 27, 43, 45, 101, 117, 211
- Política 12–14, 26–30, 34, 36, 38, 41, 53–55, 58, 65, 68, 69, 72, 78, 84–86, 100, 180, 182, 183, 185, 186, 187, 189, 190, 192, 193, 198, 200, 201, 203, 206, 209, 211–214, 216, 218, 220
- Política de identidad 38, 65
- Política local 27, 84, 86, 186, 189
- Política nacional 27, 28, 185, 186, 192, 193, 198
- Polymedia 76
- Pornografía 168
- Psicópata de Alto Hospicio 117
- 127, 132, 134, 135, 140, 169, 171, 173
- Ropa, moda 15, 23, 30, 45–47, 49, 51, 54, 75, 82, 91, 96, 111, 130, 145, 146, 172, 184, 214
- Redes sociales 65–66
- Robo, hurto 117
- Santiago 16, 17, 21, 23–25, 27, 29, 31–34, 36, 37, 51–55, 62, 68, 97–99, 116, 125, 137, 155, 181, 183, 186, 192–194, 197, 200, 204, 205, 212
- Selfie(s) 15, 29, 90, 91, 92, 94, 97, 100, 140, 171, 179, 214
- Skype 128, 132
- Smartphone(s), iPhone, Samsung, Galaxy 11, 51, 75, 101, 102
- Sexualidad, sexo 43, 44, 54, 57, 60, 67, 72, 79, 142, 155, 156, 164, 167, 168, 169, 170, 173, 174, 175, 210, 213,
- Solidaridad 14, 24, 25, 54, 57, 84, 134, 149, 189, 197, 198, 199, 200–202, 206, 210, 211, 212, 213, 215, 216
- Sospecha, sospechoso/a 43, 113–115, 117, 118–120, 125, 127, 131, 135, 136, 139, 171, 181, 211, 215
- Spears, Britney 171
- Subalterismo, subalterno/a 39, 57, 118
- Tarapacá 17, 23, 24, 161, 183, 201
- Terremoto, temblor 56, 69, 157, 177, 178, 179, 182, 200, 205, 206
- Trabajo emocional 121, 154, 163, 164, 165, 167, 175, 176, 213
- Trabajo, trabajador(a) 14, 17, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 35, 44, 46, 50–57, 69–75, 81, 82, 87, 88, 90, 93, 97, 101, 108–111, 113, 115, 121, 139,
- Quechua (pueblo) 38, 113, 197
- Rana René (Kermit the Frog) 104–106, 109
- Raza, racialización, racismo 39, 40, 41, 42, 53, 140, 142, 152, 190, 200
- Romance, romántico/a, relaciones románticas 67, 107, 118, 121,

- 141–151, 153–159, 161–176, 182,
183, 186, 188, 189, 193, 197, 202,
204, 211–213, 215, 220
- Tumblr 56, 60, 79, 80, 83, 87, 110,
192, 214
- Twitter 9, 56, 66, 67, 72, 73, 74, 76,
82, 84, 87, 126, 137, 178, 218
- Viaje, viajar 51, 56, 62, 68, 71, 77, 78,
103, 115, 137, 138, 145, 158, 205
- Vida cotidiana 36, 38, 49, 55, 61, 66,
85, 86, 119, 122, 127, 141, 142,
144, 146, 171, 172, 197, 209,
216, 219
- Visibilidad, visual 67, 83, 114, 115,
119, 120, 126, 127, 128, 131,
132, 134, 135, 139, 140, 210,
215, 216
- Vivienda 20, 31, 41, 43, 127, 178, 198
- Walmart, Lider 30
- Weando 152
- Weon 195, 207
- Wifi 31, 62, 63, 101
- Wiphala (bandera) 199, 200
- YouTube 60, 77, 78, 80, 81, 82, 87,
157, 187, 188

CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS	7
INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO I	
EN LÍNEA Y EN EL MARGEN EN ALTO HOSPICIO, CHILE	11
¡Viva Alto Hospicio!	15
¡Viva El Norte!	21
¿¡¿Viva Chile?!?	28
La vida en los márgenes	33
Borrar la diferencia, destacando la normatividad	38
Gente ordinaria, ciudadanía extraordinaria	53
La forma de este proyecto	55
CAPÍTULO II	
PANORAMA DE LAS REDES SOCIALES: ACTUACIÓN DE LA CIUDADANÍA EN LÍNEA	59
Modernidad y medios de comunicación en Chile	61
Definiendo las redes sociales	65
Volver a trabajar la autoexpresión en las redes sociales	80
Construyendo una dieta equilibrada en las redes sociales	87
CAPÍTULO III	
PUBLICACIONES VISUALES: LA ESTÉTICA DE ALTO HOSPICIO	89
“Instagrameando” lo poco interesante	90
Vida diaria y clase social en las redes sociales	100
Las alegrías de la mediocridad	103
Repensando la estética normativa	110
CAPÍTULO IV	
RELACIONES: CREANDO AUTENTICIDAD EN LAS REDES SOCIALES	113
Sospecha, autenticidad y visibilidad	115
Las relaciones familiares en las redes sociales	121
Sitios de visibilidad en las redes sociales	127
Realizar relaciones en ausencia	132
Creando confianza en las redes sociales	135
Auténtica ciudadanía en línea	139

CAPÍTULO V

TRABAJO Y GÉNERO: PRODUCIR NORMATIVIDAD Y COMPRENSIÓN DE GÉNERO	141
Trabajo e industria en el norte de Chile	143
Trabajo y masculinidad	147
Trabajo de mujeres	154
Género, trabajo, placer	163
Normatividad y sexo	167
Ciudadanía genérica productiva	174

CAPÍTULO VI

EL MUNDO EN GENERAL: COMUNIDAD IMAGINARIA EN ALTO HOSPICIO	177
Imaginando comunidad en Alto Hospicio	180
Privación de derechos de la política nacional	182
Política local	187
Ser culturalmente chileno	192
Despolitizar la indigenidad	197
Solidaridad internacional	201
Similitud, diferencia, comunidad	204

CAPÍTULO VII

CONCLUSIÓN: LA EXTRAORDINARIA ORDINARIEDAD DE ALTO HOSPICIO	201
“q wn”	207
Etnografía de redes sociales en Alto Hospicio	208
Redes sociales y contexto social	210
Neoliberalismo, marginalidad y redes sociales	212
La estética sin pretensiones	214
Redes, normatividad y límites	215
Realizando guiones sociales	218
Realizar lo ordinario en un lugar extraordinario	219

APÉNDICE

CUESTIONARIO DE REDES SOCIALES	221
--------------------------------------	-----

REFERENCIAS	223
-------------------	-----

ÍNDICE	235
--------------	-----



Este libro, que está basado en 15 meses de investigación etnográfica en la ciudad de Alto Hospicio en el norte de Chile, describe cómo sus habitantes usan las redes sociales y los efectos en sus vidas diarias. Nell Haynes sostiene que las redes sociales son un lugar donde los residentes de Alto Hospicio, u hospiceños, expresan sus sentimientos de marginación como resultado de vivir en una ciudad lejos de la capital nacional y con una calidad de vida notoriamente baja en comparación con otras áreas urbanas en Chile.

Al alejarse de manera activa de los habitantes de ciudades como Santiago, los hospiceños se identifican como ciudadanos marginados y expresan un nuevo tipo de norma social. Sin embargo, Haynes descubre que al contrastar sus propias experiencias vividas con las de las personas en áreas metropolitanas, los Hospiceños están fortaleciendo su propio sentido de comunidad y el sentimiento de normatividad que da forma a su cotidianidad. Esta emocionante conclusión se basa en la variedad de publicaciones en las redes sociales, particularmente Facebook, sobre relaciones personales, política y ciudadanía nacional.

NELL HAYNES es un miembro de la facultad de antropología en Colby College, Maine, EEUU. Recibió su PhD en Antropología de la American University, Washington DC en 2013. Su investigación aborda temas de desempeño, autenticidad, globalización e identificación de género y etnia en Bolivia y Chile.



**Why
We
Post**

UCLPRESS
www.ucl.ac.uk/ucl-press

COVER DESIGN:
Rawshock design

