

“Busco pareja, que cumpla con...”
Representaciones y dinámicas de racialización en Tinder:
Colonia Santa Fe. Ciudad de México.

Por:

Johana Rueda Suarez

Directora:

Dra. Itza Amanda Varela Huerta

Maestría en Estudios Culturales
Facultad de Ciencias Sociales
Pontificia Universidad Javeriana
Bogotá
2020

Yo, JOHANA RUEDA SUAREZ declaro que este trabajo de grado, elaborado como requisito parcial para obtener el título de Maestría en Estudios Culturales en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Javeriana es de mi entera autoría excepto en donde se indique lo contrario. Este documento no ha sido sometido para su calificación en ninguna otra institución académica.

Firma

Johana Rueda Suarez

Fecha

A mi Mamá, por ser un claro ejemplo de templanza y resiliencia.

A Vale, por ser mi hermana y mi cómplice.

A Cata, por ser mi amiga de luchas, por ser ejemplo y por ser la mujer que es.

A Eduardo Restrepo, por abrirme las puertas de los Estudios Culturales.

A Mario Rufer, por permitirme entrar a la academia mexicana.

A Itza Varela, por creer en mi, por su paciencia y por supuesto por siempre darme su
opinión crítica y constructiva.

A México por su gente, sus calles y su cultura.

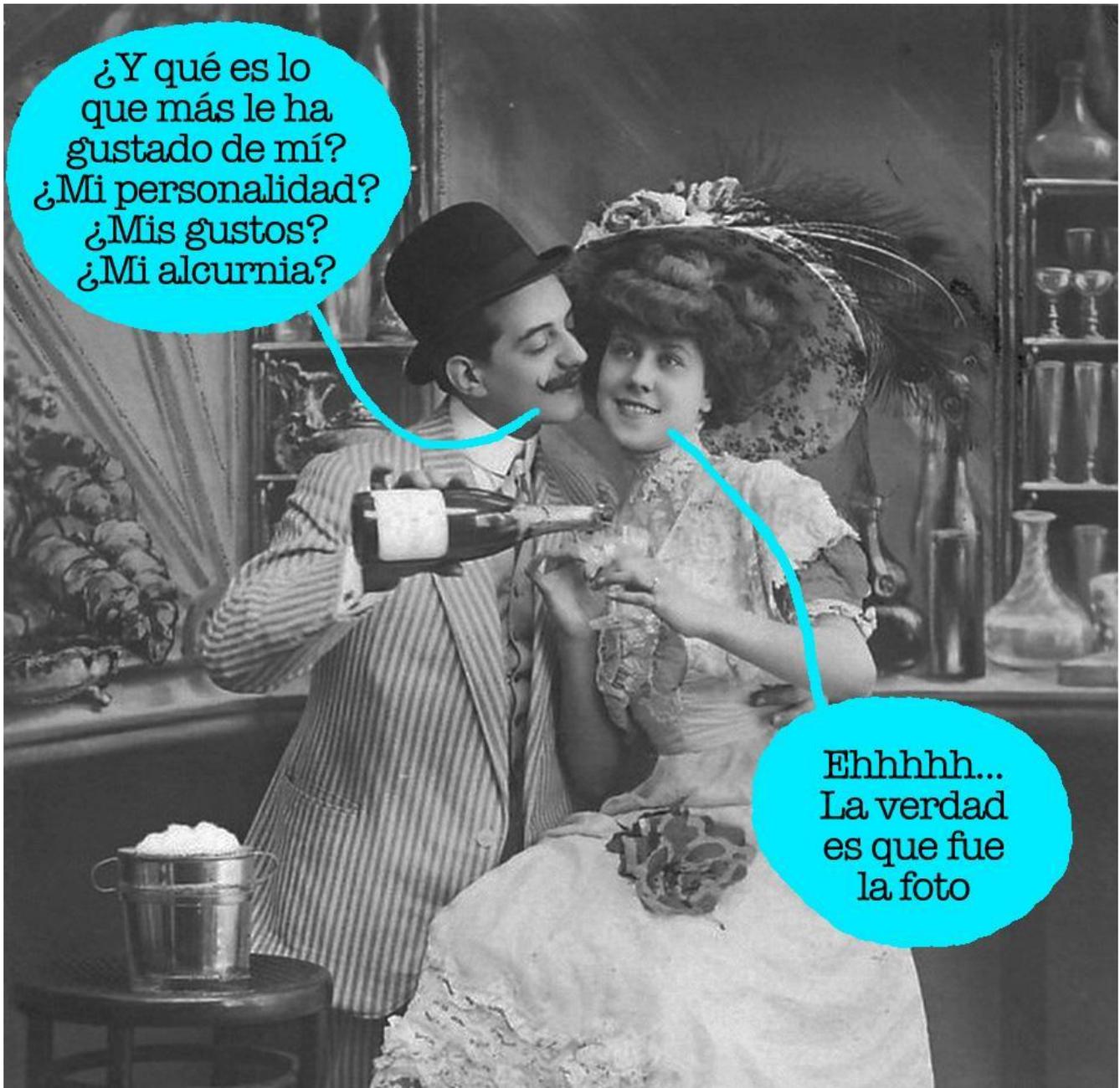


Ilustración 1 Memento Vintage couple at the bar 001

Fuente: Yorokobu.es

Tabla de contenido

<i>Introducción</i>	6
<i>Capítulo I</i>	15
<i>Santa Fe – Entendiendo sus raíces</i>	15
Una mirada general de la zona	16
Santa Fe desde la lógica de un tercero	23
Habitar Santa Fe desde la lógica y las voces de sus protagonistas	33
Santa Fe dinámico	33
Vivir en Santa Fe	35
Imaginario y estereotipos de los habitantes de Santa Fe	39
<i>Capítulo II</i>	44
<i>Las voces del racismo y la racialización</i>	44
Raza, racismo y racialización ¿un solo asunto?	45
¿Cómo estudiar el racismo?	49
La dimensión doxa	54
La dimensión de las prácticas y la conducta	56
¿Racialización?	58
Las tres R en el contexto mexicano	59
Tesis y antítesis del mestizaje	60
Un México contemporáneo racista	67
Voces del racismo	67
Racismo político	69
Racismo Digital	70
Siendo co-protagonista parte uno	71
Siendo co-protagonista parte dos	73
<i>Capítulo III</i>	75
<i>Los dones de la realidad virtual: voces, discursos y representaciones en Santa Fe</i>	75
Las tensiones del plano offline y online	77
¿Qué se sabe acerca de los Sitios de Citas?	80
Acerca de Tinder	83
La auto-representación en los SC y en las RS	91
La intención	101
El Tinder de Santa Fe	111
Marcando “posiciones” sobre las representaciones	114
<i>Reflexiones finales</i>	123
<i>Referencias Citadas</i>	130
Referencias primarias	136
<i>Tabla de ilustraciones</i>	140
<i>Anexos</i>	141
Anexo 1 Preguntas propuestas entrevistas semiestructuradas (Online y Offline)	141
Anexo 2 Matriz de caracterización	142

Introducción

Diario de campo

1 de febrero de 2019

Hoy me doy cuenta que en mi vida adulta, el ser una mujer extranjera en México, ser una mujer Latina, con ciertas características visibles asociadas a la blanquitud, no solo me ha puesto en una posición de privilegio, sino que además de esto, no he sido, ni me he sentido discriminada ni racializada (hasta el momento). Cuento con privilegios, creo que mi condición social me ha proporcionado ciertas ventajas, comodidades económicas, comodidades académicas... finalmente unos privilegios, privilegios que me han alejado un poco de las dinámicas opresoras y discriminatorias que actualmente se presentan en ciertas sociedades. Aunque tampoco estoy a salvo, ni me considero a salvo.

Me asusta lo que acabo de escribir. El hecho de pensar y decir que “yo” tengo ciertos privilegios frente a los Otros¹ me aturde la cabeza. Si digo esto, ¿automáticamente me transfigura como un sujeto racializador, discriminador o racista?, ¿quién soy yo, para decir que soy diferente, mejor o peor que alguien? ¡No quiero serlo!

Quiero alejarme de todos esos pensamientos que me dicen: “¡Ey! mira, eres diferente, ¡Ey! mira, ¡Ey! mira”

Me radiqué en la Ciudad de México hace ya casi 2 años; para ser más específica mi llegada a la ciudad fue en enero del 2018. Sin duda, en esos primeros meses de acoplo, de reconocimiento, de sentirme parte de un nuevo espacio, un espacio que claramente no es el mío, me vi enfrentada conmigo misma, me sentí frustrada, me sentí muchas veces invisible, ignorante, muchas veces feliz y otras tantas triste. Muchas veces justifiqué estas sensaciones, esos pensamientos y esas preocupaciones en un: bueno Joy², finalmente esto es vivir en otro país ¿no?”.

¹ Empleo este término para señalar la conexión que tiene con el proyecto: El espectáculo del “Otro” de Stuart Hall (2019), de este tema en particular se hablará más adelante.

² “Joy” es la manera en la que me han llamado mis amigos desde hace muchos años.

Quizá los que me conocen dirían que soy una persona extrovertida, que no le tengo miedo a hablar, que no le preocupa el tema de relacionarme con los demás porque finalmente lo de “parlotear” se me da muy bien; aun así, la realidad del asunto es otro. Sí, claramente tengo que asumir que esas características que me han “asignado”, me las he ganado y me las han adjudicado porque, ciertamente, cuando encuentro espacios en los que estoy y me siento en mi “zona de confort”, mis “habilidades” comunicativas salen a la luz; aun así, lo cierto es que cuando no estoy dentro de estos contextos y escenarios, la “Joy” extrovertida y habladora, queda desdibujada de estos panoramas y sale una Joy silenciosa, una Joy que es auditiva, una observadora y analítica. Ahora bien, no quiero que piensen que mi estancia acá en México ha sido solo escuchar, ver y analizar; finalmente soy una *mujer* con necesidades sociales, por lo que quedarme callada y aislada no es, ni fue una opción para mi.

Quizá algunos lectores podrían sentirse identificados con este proceso, con lo difícil que es conocer gente e interactuar en nuevos escenarios; quiero aclarar que no pretendo ni quiero victimizarme. Por el contrario, mi deseo con este relato es poder ilustrar cómo a partir de dichos hechos me enfrenté a unas dinámicas de socialización y de reconocimiento de un espacio desconocido para mi.

Pues bien, cuando quise enfrentarme a esa tarea pragmática de conocer nuevas personas y entender esta nueva y “rica cultura”, tuve el privilegio y la desdicha de encontrarme con ciertos pragmatismos, estereotipos y dinámicas de socialización a los que no estaba acostumbrada, o eso pensaba *yo*: quizá, y muy seguramente, lo problemático para mi en su momento fue que a pesar de que yo viniera de Bogotá, Colombia, lo cual podría coincidir en muchas dinámicas con este país y esta ciudad, estas constituían otro panorama totalmente diferente. Nuevamente reitero: quizá, y muy probablemente, estas grandes diferencias que encontraba estaban sujetas a esos proceso y dinámicas hegemónicas marcadas en mi. No obstante, y teniendo en cuenta que “las creencias sociales tienen una función de primer orden en la construcción de la identidad social” (González, 1999: 3), lo que realmente me preocupaba en su momento era el cómo estas creencias, estos estereotipos, estas dinámicas de socialización se encontraban atravesadas por un discurso racista; y sé que este tipo de observaciones son inapropiadas y un tanto peligrosas, más cuando “los estudios culturales se

ocupan del papel de las prácticas culturales en la construcción de los contextos de la vida humana como configuraciones de poder, de cómo las relaciones de poder son estructuradas por las prácticas discursivas que constituyen el mundo vivido como humano” (Grossberg: 2009; 17), mas no en el crear juicios de valor cerrados, aun así, y más en esta primera instancia, justifico mi argumento desde la ignorancia, por el no conocer y el no entender que finalmente somos sujetos en construcción y precisamente esta investigación es un proceso más para entender un poco el por qué, el cuándo y el cómo de aquellas cosas que nos incomodan y nos hacen sentir fuera de lugar.

Sin embargo, quisiera hacer un paréntesis acá a fin de concretar ciertos puntos antes de continuar: el primer punto que busco aclarar es que esta tesis está construida desde un *yo* visible e invisible a la misma vez, fijo este punto porque es desde allí que en muchas ocasiones se escucha mi voz; una voz critica, autocrítica, deconstruida y construida a la misma vez. El segundo punto, y creo que uno de los más importantes, es que mi primer acercamiento a ese pensamiento binario nace de las condiciones del sentirse diferente y “privilegiado” frente a otros sujetos (sin querer ser ese sujeto, valga la aclaración); quizá, y para aclarar este punto en específico, debo mencionar que soy una mujer de 29 años, de estatura baja, delgada a mis ojos y quizá no tanto para otros, de ojos claros, cabello castaño no muy oscuro pero tampoco claro, ni liso ni ondulado, solo desordenado, piel bronceada no gracias a mi genética, sino a las grandes industrias que desarrollan productos para el cuidado de la piel. Pero saliéndome un poco de las descripciones de mi autoimagen: soy una mujer divorciada, que en su momento y en la construcción de esta investigación estuvo casada con un hombre adinerado, con marcaciones de clase, con ciertos hábitos de consumo propios de quienes llevan cargos de bastante poder. Enuncio esto porque finalmente sí afecta la construcción de este relato, no solo por las condiciones sociales y económicas en las cuales se desarrolló esta investigación, sino también por los “privilegios” que se me implicaban por ser una mujer casada y heterosexual en un país extranjero.

Volviendo al por qué de mi “pensamiento” debo decir y aclarar que estas categorías que enuncié (*mi autorepresentación*³), adquieren valor y sentido, cuando se desarrollan en contextos particulares, en este caso la colonia Santa Fe de Ciudad de México, y es que quizá Santa Fe es una de las colonias que alberga mayor cantidad de extranjeros, con características y condiciones similares a las mías⁴; pues Santa Fe, además de ser una de las colonias de mayor reserva de población extranjera, es una de las de las colonias que alberga mayor población de gente joven que oscila entre los 21 a 54 años y a su vez es una de las colonias que podría considerarse con mayor reserva económica de la Ciudad de México.

Con el animo de profundizar y concretar el cómo nace esta investigación, debo precisar que en Colombia yo vivía en un espacio con características similares a estas, pues en Colombia y específicamente en Bogotá, estas métricas en muchos escenarios se replican, el de una sociedad “blanca”, extranjera, con ciertos privilegios económicos y con sistemas raciales muy marcados, que aunque diferentes a los de México, son muy similares en si. Aun así y en consonancia con lo anterior, lo que me alertó y con lo que me incomodé profundamente, fue el cómo se estaban relacionado, produciendo y materializando las nuevas relaciones “amorosas” dentro de ciertas plataformas digitales y cómo a partir de dichas plataformas se generaban estereotipos, representaciones y dinámicas de racialización, las cuales estaban regulando muchas de las relaciones sociales que yo estaba compartiendo, puesto que para mi el conocer personas y crear relaciones, se vio íntimamente relacionado con las redes sociales de amistad y las redes sociales de ligue (no porque estuviera buscando pareja, sino porque estas eran un escenario prospero para generar relaciones interpersonales).

Se que quizá a esta altura las dos cosas no conectarían, pero para darle claridad a esto, cito un fragmento de mi diario de campo a fin de dar mayor claridad:

Diario de campo (Anécdota):

Ciudad de México

³ Término que profundizare mas adelante

⁴ Tema del cual hablaré más adelante pero que se vuelve relevante por los sistemas racializados que se presentan en este escenario

Era un viernes soleado, en la Zona Rosas de la Ciudad de México; a eso de las 4:00 p.m. me encontré con mis amigas para compartir unas cervezas y brindar por nuestro reencuentro en otro país. Pues bien, como es tradición en cualquier tertulia con amigas, “adelantamos cuadernos” de lo que estaba pasando en nuestras vidas y cómo este país ha transformado lo que éramos y lo que somos.

Avanzada la tarde, discutimos diferentes temas relacionados a lo profesional, lo personal y lo amoroso; no recuerdo muy bien las conclusiones de los dos primeros, pero sí recuerdo bien el hecho de que dos de mis amigas se habían registrado a una de esas plataformas virtuales que ayuda a conseguir “pareja”. Para mí fue toda una sorpresa ya que en mi concepto son dos mujeres “bonitas⁷”, profesionales y que nunca, a mi parecer, tendrían problema en conseguir una pareja o levantarse a alguien⁸.

En mi asombro y en mi curiosidad por entender por qué se habían registrado a estas plataformas, les pedí que me explicaran un poco acerca de lo qué las llevó a registrarse en ellas.

De la manera más naturalizada para una, pero también de la más vergonzosa para la otra, sus respuestas coincidían en que se basaba en la necesidad de buscar alternativas para conocer a alguien en su falta de tiempo y el mismo desconocimiento del territorio por ser migrantes.

Avanzando en nuestra conversación, les pedí que me explicaran cómo era la dinámica de unirse a estas plataformas y, cómo era de esperarse, las respuestas fueron cortas pero no tan claras: “solo necesitas crear un perfil... mirar las fotos de las personas que te aparecen en la aplicación...le das un “swipe⁹” es decir un “match¹⁰”, y esperas que el otro usuario

⁵ El lugar conocido como la Zona Rosa en la Ciudad de México es un espacio que a lo largo de los años se ha convertido en un área de carácter comercial. Alcaldiacuauhtemoc.mx. Puntos de interés. <https://alcaldiacuauhtemoc.mx/descubre/zona-rosa/>. (12 de febrero del 2020)

⁶ Adelantar cuaderno, es una expresión coloquial que refiere adelantar tema o una conversación que se tiene pendiente entre dos o mas personas, normalmente es una expresión que se usa entre amistades muy cercanas.

⁷ **A lo largo de la investigación, el lector encontrará demarcaciones como estas, las cuales reflejan y enmarcan la voz en Off de la autora (expresiones que considera como racistas y racializadoras), de igual manera se encontraran frases en paréntesis, muchas de ellas nuevamente reflejan y expresan esa misma voz en Off de la autora.**

⁸ Levantarse a alguien, es una expresión coloquial para referirse al hecho de conquistar o gustarle a otra persona.

⁹ Swipe es “la manera cómo se le conoce a la acción de seleccionar (swipe right) o eliminar (swipe left) a una persona dentro de la plataforma de ligue, Tinder.”

¹⁰ Match: refiere al gesto de darle un me gusta a un usuario.

también te dé un “match” para que puedan seguir la conversación, y ya después miras si son compatibles, si sales a tomarte algo ¡o lo que sea!”.

Teniendo en cuenta que sus respuestas no fueron muy claras, les pedí que me dejaran ver sus perfiles y que me enseñaran un poco de qué se trataba los “match”. Al ver el primer perfil de mi amiga Camila¹¹, me encontré con un perfil de cinco fotos, cuidadosamente escogidas para este fin, un par de “selfies¹²”, una de cuerpo entero y otras de uno de sus viajes, con una descripción corta donde solo mencionaba: “Me gusta viajar y me gustan los gatos”.¹³ Por su parte, Sofía tenía un perfil un poco más “completo”: tenía cuatro fotos, dos “selfies” y otras dos también en uno de sus viajes, su descripción era “Fotógrafa, deportista, montañismo, gusto por los hombres, NO TRIOS, no confió en las chicos que solo tienen una foto o no sonríen en sus fotos. ¡Si no contestas mensajes abstente a deslizar a la derecha! Si nos preguntan cómo nos conocimos podemos inventar una historia o que nuestros carritos chocaron en el súper...”.¹⁴

Justo después de eso les hice otras preguntas relacionadas a ¿Cómo ellas decidían qué foto escoger o qué poner en su perfil? A lo que ellas respondieron:

Sofía: “Pues la más **linda** o la que más “me gusta” ha tenido y sobre lo que escribo... cosas que me hagan ver interesante”.

Camila: “Amiga, uno tiene que **venderse** y, obvio, siempre es la mejor foto.... Ya lo que uno escribe es como adición, tiene que reflejar también un poco de lo que **dice** tu foto”.

Después de un poco de risas por las respuestas y por las mismas representaciones de ellas en sus perfiles, era evidente que era todo un juego de representaciones de cómo te “vendes” mejor para conseguir un “match” o un prospecto de pareja. Ahora bien, nuestra conversación tomaba un rumbo un poco más divertido cuando les pregunte: ¿Cómo escogían a quién darle un “Match”? y ¿Cuáles eran esas características físicas que les atraían?

¹¹ Para la presentación del problema, no se usarán la identidad de las personas entrevistadas ya que así lo solicitaron, es por esto por lo que se usaran seudónimos.

¹² Selfies, en español es un anglicismo de la autofoto.

¹³ Transcripción exacta de su perfil.

¹⁴ Transcripción exacta de su perfil.

*Sofía: “Amiga, esta plataforma te arroja de todo, pero pues obvio tiene que ser un man¹⁵ **lindo**, si en su foto está en otro país, pues **mejor** porque significa que **tiene plata**.”*

*Camila: “Pues no sé, de cara **lindos**, y si lo de las fotos en viajes los hacen ver **interesantes**, a mí me gustan más bien **blanquitos**, los **morenitos** no son tan **guapos**, aunque hay uno que otro, pero mejor blanquito con barba y ojos claros, eso depende”.* ¹⁶

La noche avanzó, y entre cerveza y risas, las cinco nos divertimos con esta aplicación, dándonos unos cuantos “match” a unos cuantos chicos, y también negando a otros tantos, mientras estábamos en este juego a Camila le respondieron uno de estos match, con un mensaje interno que decía “Hola Guapa, nos vemos”. Ella automáticamente se rio y nos mostró su celular en muestra de que necesitaba nuestra aprobación para responder ese mensaje; nosotras obviamente alcahuetas de la situación le dijimos: “Dale escríbele”. De repente, Sofía interrumpe la conversación diciendo que “agradece que las mujeres sean quienes tienen el control de esas relaciones virtuales”, a lo que Camila acertó totalmente.

Así las cosas, y en la tarea pragmática de entender todo lo que había pasado ese día, en mi cabeza no dejaban de rondar tres aspectos fundamentales: el primero de ellos se centraba en esos patrones “invisibilizados” de la representación del usuario. El segundo era cómo se articulaban las representaciones de los usuarios con las dinámicas de racialización, y finalmente, como una herramienta digital o específicamente esa herramienta era “patrocinador”, regulador y amparador de dichas dinámicas. Es quizá por este hecho en específico que mi investigación sale a la luz, como un grito “desesperado” por entender e identificar las dinámicas de racialización que se evidencian en la plataforma Tinder según la representación de los usuarios, de igual forma para mí era necesario poner en evidencia cómo los usuarios de Tinder se representaban, y cómo operaban ciertas dinámicas de racialización en esta plataforma al momento de seleccionar un prospecto de pareja. Finalmente, y no menos importante, el tercero era mi deseo de estudiar esos patrones y rasgos que los usuarios de

¹⁵ Man, es una referencia coloquial para referirse al sexo opuesto en este caso al sexo masculino.

¹⁶ Es importante tener en cuenta todas las palabras que se encuentran en negrilla en este párrafo, ya que estas nos darán la pista sobre su significado y la significación que se le da en estos contextos.

Tinder usan para representarse. Ahora bien, tengo que aclarar que todo lo anteriormente expuesto, no lo puedo tomar como una realidad específica, por el contrario, debo dilucidar todos los aspectos que componen este tema, pues Grossberg (2006) ha sido enfático en que:

[...] los estudios culturales rechazan cualquier tipo de encantos universales o esencialistas, una oposición que comparten con un buen número de prácticas críticas que intentan “descolonizar” el pensamiento; pero de las no creen que las implicaciones políticas del conocimiento (o de cualquier cosa) puedan ser conocidas en la base de su origen social. (p.33)

En ese orden de ideas, y teniendo en cuenta lo que Grossberg menciona, debo decir que entendiendo que abrirse a ese panorama de hacer nuevos amigos, y empezar nuevas amistades no es tarea fácil y que la idea de salir con un completo extraño, con quien no se tienen ni siquiera unos cuantos amigos en común o una idea de su personalidad es difícil, o lo era hace unos cuantos años, antes de la llegada de Tinder. Así mismo entiendo, el por qué muchas personas catalogaban los sitios de citas online como un recurso desesperado por tratar de socializar con nuevas personas. Sin embargo, tengo que dar claridad que “Tinder ha sido conocida como una red social, ya que es un ejemplo más de comunicación innovadora de esta era actual, a la cual llamamos “digital”, con mas de 50 millones de usuarios a nivel global”¹⁷ y la cual se ha encargado de normalizar esa forma de conocer y socializar con nuevas personas de manera online.

Ahora bien, para nadie es un secreto que el amor y las relaciones afectivas, como las no afectivas han sido un tema inspirador y apasionante, al mismo tiempo que una gran incógnita dentro de un terreno confuso, ya que si bien se ha tratado de construir un argumento medianamente coherente sobre lo que es el amor o lo qué son las relaciones, han aparecido otros tantos que lo cuestionan desde su interioridad y que finalmente terminan por exiliarlos del mismo. Y es que, si bien es cierto vivir las relaciones son difíciles, reflexionar sobre esto aun es más aterrador; ya sea por esos dilemas y/o realidades que las atraviesan, o por esa

¹⁷ E-Igualdad. 2017. Igualdad de trato de género. <https://e-igualdad.net/tipos-discriminacion-social/> (23 de febrero de 2019)

misma naturaleza contradictoria que poseen. Aun así, siento la necesidad de reconocer que Tinder, aparte de ser una de las plataformas que ha naturalizado las citas online, también ha puesto en juego diferentes dinámicas y procesos de socialización, donde la representación de los usuarios responde a un sistema complejo de las características o valores y representaciones hegemónicas de la cultura en la que se insertan. Finalmente lo que quiero reforzar es que “Tinder es un excelente caldo de cultivo para todo tipo de mitos y estereotipos, algunos de ellos tienen su razón de ser, de la misma forma que otros son fruto del desconocimiento y de los prejuicios que existen en esta plataforma” (Fernández, 2017: 28).

Entonces el cuestionarse sobre: ¿quiénes son los usuarios de Tinder?, ¿cómo se representan los usuarios de Tinder?, ¿qué prejuicios existen en esta plataforma?, ¿qué atributos de valor refieren los usuarios de este servicio acerca de sí mismos?, ¿cuáles son esos recursos que utilizan para representarse?, ¿qué nos dicen esas representaciones acerca de la cultura en la cual se originaron?, ¿existe racialización en estas plataformas?, etc., serían algunas de las múltiples preguntas que me surgen alrededor de este tema. Así las cosas, la presente investigación trata de entender, desde una mirada crítica y conceptual, esas dinámicas de racialización que se evidencian en la plataforma Tinder según la representación de los usuarios, a fin de responder varias de esas incógnitas que transitan alrededor de Tinder, de las relaciones online, de las representaciones y, finalmente, sobre las dinámicas de racialización que se presentan en esta plataforma.

A fin de solventar estas preguntas, para esta tesis vi la necesidad de transitar dentro de cuatro herramientas de análisis, la etnografía virtual¹⁸, la observación participante en el campo, entrevistas semiestructuradas y finalmente una la reflexión autoetnográfica (ver anexo 1 y 2). Debo aclarar que el punto de origen de esta investigación se instalo en Qbicoo, Santa Fe - Prolongación Paseo de La Reforma 319 en la colonia Santa Fe- lugar que adquiere relevancia, ya que este fue el campo de batalla; es este el espacio donde transité y desde donde percibí todas esas emergencias. Ahora bien, para delimitar la selección de los sujetos de estudio, parametricé un radio de 3 kilómetros a la redonda desde mi geolocalización, esto dado que

¹⁸ Debo resaltar que este proceso constituye mi primer acercamiento a Tinder y a la significación de la representación de los usuarios en Tinder, y aunque no lo enlisto a lo largo de la tesis, esta matriz fue la base del desarrollo de este proyecto.

al ser Santa Fe una colonia con un espacio urbano de aproximadamente de 1,250 km², y con una población promedio de 30 mil habitantes estables y otros 220 mil visitantes¹⁹, el estudiar la totalidad de estos sería desmedido y se saldría de las dimensiones de esta investigación. En lo que respecta a la elección y selección de los sujetos de estudio, consideré que estos fueran usuarios femeninos y usuarios masculinos heterosexuales, que estuviera en un rango de edad de 25 a los 35 años y finalmente que fueran usuarios de estas plataformas digitales a fin de lograr una muestra homogénea.

Con esto aclarado, la presente tesis se encuentra dividida en tres capítulos; el primero tienen como finalidad visualizar la Colonia Santa Fe como espacio, como mecanismo y como patrocinador, puesto que este habla desde el *habitus*, prácticas, representaciones y discursos de los habitantes de Santa Fe. El segundo tiene como objetivo exponer y contextualizar al lector acerca de las principales categorías que rodean el presente trabajo; en este se pretende ilustrar las diferentes disputas que rodean a la raza, al racismo y a la racialización, representación y auto-representación, teniendo como énfasis el cómo estas cinco categorías conceptuales, aunque sean “distantes”, adquieren una yuxtaposición en los espacios offline y online. Por último, el tercer capítulo trata de integrar y responder el interrogante principal de esta tesis: ¿Cuáles son las dinámicas de racialización que se evidencian en la plataforma Tinder según la representación de los usuarios de la colonia Santa Fe?

Capítulo I

Santa Fe – Entendiendo sus raíces

Este capítulo constituye un panorama que habla desde el *habitus*²⁰ de los sujetos transeúntes de la colonia; busca caracterizar a la población de la colonia Santa Fe, que es la protagonista de esta investigación. Considero que al estudiar y analizar los espacios que los usuarios

¹⁹ Datos presentados por el Instituto Nacional de Administración Pública A.C. 2018.

²⁰ Recordemos que “el *habitus* de un grupo solo puede entenderse a través del estudio de las prácticas cotidianas situadas en campos y en espacios concretos en los que se exponen y usan distintos capitales de manera estratégica. El acceso a ciertos espacios no sólo demuestra y reafirman la pertenencia a un grupo, sino que también permite marcar una distancia frente a los otros grupos sociales.” (Iturriaga; 2018:137)

utilizan, así como las prácticas que estos ejercen dentro de la plataforma, se puede dar cuenta del cómo es y qué significa habitar este entorno global, así como de cuáles son sus expectativas y percepciones de vivir en esta zona. También se develan los sujetos que habitan la zona, cómo se caracterizan estos, cómo se representan, qué dinámicas de racialización están presentes allí, cómo esas dinámicas se reproducen, quiénes son los usuarios de Tinder y cómo se caracterizan a esos usuarios. Toda esta información nos ayuda a definir el qué y cómo entiendo las categorías centrales de esta tesis: raza, racismo, racialización, representación y autorepresentación, las cuales elaboraré en los siguientes capítulos.

Dicho esto, iniciaré explicando la distribución de la Ciudad de México para ubicar la zona Santa Fe, seguido de una breve introducción y contextualización de la zona. Posteriormente continuaré con la descripción etnográfica del espacio, siempre ligada al pensar y el sentir cuando se habita este espacio a través de las trayectorias y los estilos de vida de los protagonistas: los colonos de Santa Fe.

Una mirada general de la zona

La Ciudad de México actualmente cuenta con 8 millones 900 mil habitantes²¹. Su territorio se encuentra dividido en 16 alcaldías (ver ilustración 2) y aproximadamente 2 mil 150 colonias²²; específicamente la colonia Santa Fe se ubica en el poniente de la CDMX, haciendo parte de la Zona Metropolitana del Valle de México.

²¹ Específicamente, la aglomeración urbana de Ciudad de México cuenta con 19 millones 786 mil de habitantes, mientras que la población de la CDMX es de 8 millones 985 mil. INEGI 2015, Indicadores Poblacionales <https://www.inegi.org.mx/temas/estructura/>. 1 de Julio del 2020

²² El concepto de colonia, en Colombia corresponde al concepto de barrio.



Ilustración 2. Distribución espacial de las delegaciones es CDMX

Fuente: Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México

Conviene subrayar que la historia de la colonia Santa Fe se remonta al siglo XVI con la fundación del antiguo pueblo Santa Fe por Vasco de Quiroga²³; anteriormente este territorio fue considerado como un hospital para los indígenas, un escenario para evangelizar y enseñar oficios europeos por parte de Vasco de Quiroga. Sumado a esto el pueblo de Santa Fe era un escenario de pastoreo y lugar minero en el cual se explotaba arena, principalmente (ver ilustración 3).

²³ Vasco Vásquez de Quiroga nació en Madrigal de las Altas Torres, Avila, España. Fue parte de la comisión en Valladolid (Europa) y más tarde nombrado oidor del Virreinato de la Nueva España. Vasco de Quiroga llegó a México en enero de 1531 y desempeñó la misión de visitador y pacificador de la región, Vasco se interesó por la situación social y religiosa de los vencidos: intentó la fundación de Granda, así como la creación de hospitales (los de Santa Fe de México y Santa Fé de la laguna en Uayameo). (Arriaga; 1966: 33- 45)



Ilustración 3. Panorámica del antes del pueblo Santa Fe

Fuente: Realestatemarket.com

Con el pasar de los años dichas minas ocupaban la mayor parte del territorio, las casas y los hospitales estaban siendo relegadas en el espacio territorial, generando en la comunidad un descontento, a pesar de él la comunidad entendía que la explotación arenera era la principal actividad económica de la zona, lo que hacía que sus habitantes tuvieran un sentido de apropiación del espacio. Aun así, con el pasar de los años y como es de suponerse, la explotación de las minas se convirtió en un trabajo difícil y sumamente costoso generando que los dueños de los terrenos se vieran en la necesidad de venderlas. En 1960 el Departamento del Distrito Federal (DDF) compró los terrenos y con la compra dichos terrenos pasaron de ser minas de explotación, a ser la unidad de almacenamiento de restos sanitarios de la ciudad, la más importante para ser precisos (*ver ilustración 4*).



Ilustración 4. Panorámica la unidad de almacenamiento de restos sanitarios

Fuente: Realestatemarket.com

Solo hasta 1980 se generó el plan de desarrollo para la zona, sin lugar a dudas el desarrollo de la colonia Santa Fe probablemente fue el legado y el proyecto más grande del gobierno de José López Portillo (1976 – 1982)²⁴; no solo porque “contribuía a la reestructuración que requiera la Zona Metropolitana del Valle de México, mediante la creación de un centro urbano de usos del suelo mixtos y complementarios, los cuales ayudaban a reducción frente la demanda de movilidad física y el congestionamiento vial del área metropolitana” (González; 2018, 33), sino también porque daba fe de sus pilares de gobernanza como lo eran “*superar la crisis y fomentar el desarrollo económico del país*”.

De manera puntual y según Carlos Reta Martínez, presidente del Instituto Nacional de Administración Pública (INAP) (2018):

“el desarrollo de la zona de Santa Fe se representó en (sic) un momento crucial en la historia de nuestra ciudad. Ya que se trató de un instante en el que se tuvo la intención

²⁴ Presidente de los Estados Unidos Mexicanos.

de crear de cero una zona que representaría la transición hacia un desarrollo más profundo”.

Es preciso mencionar que el proyecto Santa Fe se propuso bajo la idea de que:

“En lugar de que el área urbana siguiera dependiendo de una sola zona central en la que se concentraban los servicios y fuentes de trabajo, se estructuraran sectores urbanos, relativamente autosuficientes con su propio centro de servicios y actividad económica, cerca de las áreas habitacionales de cada sector” (González y Martínez; 2018, 34).

De modo que el proyecto de Santa Fe se constituyó como iniciativa de

“un grupo interdisciplinario de arquitectos, urbanistas e ingenieros, que propusieron al entonces regente del Distrito Federal, Carlos Hank González, la reconversión de uno de los espacios más degradados del área metropolitana, los tiraderos de basura de Santa Fe, en una zona de "primer mundo" aprovechando su cercanía con varias zonas de alto nivel como las Lomas de Chapultepec, Tecamachalco y otros elegantes suburbios que empezaban a formarse en los años 1980 en el sector poniente de la Ciudad de México” (Lamundi, 2019)²⁵

Finalmente, Santa Fe dejó de ser un emplazamiento de minas y de basureros para convertirse en una zona corporativa y residencial. Ello implicó no solo una transformación del entorno económico de la colonia y de la ciudad, sino también una transmutación poblacional y un movimiento urbanístico. De manera puntual, Santa Fe pasó a ser el nuevo escenario de la ciudad que fomentaba nuevas aceleraciones, tanto económicas como sociales, que se encontraban íntimamente relacionadas con la expansión de las grandes corporaciones.

²⁵ Ciudaddemexico.com.mx, Santa Fe. <https://www.lamudi.com.mx/journal/top-10-de-los-municipios-y-delegaciones-con-mayores-ingresos-en-el-pais/> (24 de marzo del 2019)

Un claro ejemplo de esas aceleraciones fue que desde la construcción del nuevo edificio de la Universidad Iberoamericana en 1985 y de la apertura del Centro Comercial Santa Fe en 1993, Santa Fe no ha parado de crecer. Se dice que al 2017 la zona no solo contaba con 150 corporativos, seis universidades, cinco colegios, cinco centros comerciales, 9 mil viviendas, 14 hoteles, 120 restaurantes, dos hospitales²⁶, sino que además a esa fecha, su economía se habría destacado por ser la cuarta más aportante al PIB²⁷ de la Ciudad de México y el país.

Con esto dicho, es evidente que Santa Fe representa muchas cosas: “es un espacio físico particular; es una idea poderosa de modernidad y globalización; es un campo de poder económico; es un lugar que puede resultar fascinante u hostil; es un ambiente con dinámicas espacio-temporales particulares; es un barrio dador de estatus y prestigio; es sinónimo de transformación y evolución;” (Pérez; 2018:339 en González y Martínez; 2018). Es una unidad polarizada como el país en su conjunto, y aunque Santa Fe es el resultado, no solo de la voluntad del gobierno, sino también de la participación de la sociedad, con “el animo de concretar proyectos de gran visión metropolitana y de una planeación, administración y financiamiento eficaz del desarrollo urbano” (González y Martínez; 2018 :11). Sin embargo, Santa Fe no ha logrado marcar una diferencia frente a lo que desigualdad y segregación poblacional refiere, ya que, aunque brille por las nuevas y lujosas piezas arquitectónicas o por sus centros comerciales con la última tecnología o por sus Universidades privadas, las condiciones de desigualdad y de segregación persisten. Baste como muestra es que si observa panorámicamente la colonia, se puede encontrar de manera casi sistemática esta brecha, un cinturón de miseria rodeando una acaudalada zona corporativa (ver ilustración 5); caso no exclusivo de esta colonia.

²⁶ Estas cifras se encuentran en el Documento Principales Logros y Planes, proporcionado por la Asociación de Colonos de Santa Fe, septiembre de 2017. (González y Martínez; 2018, 149).

²⁷ Producto Interno Bruto nacional



Ilustración 5 Panorámica de Santa Fe

Fuente: Unequal Scenes, Johnny Miller

Lo anterior es solo una pequeña fracción de lo que Santa Fe representa, por esta razón y para efectos de la presente investigación, no pretendo ahondar en todo lo que comprende el territorio de Santa Fe ni en toda su población; por el contrario, parto de un nicho muy específico y es el de 3 km a la redonda (ver ilustración 6) desde mi punto de geolocalización, lo que conforma aproximadamente 86 corporativos, 4 centros comerciales²⁸, 156 edificios residencias, 32 hoteles, 87 restaurantes de 4.5 estrellas, 2 universidades de prestigio, 2 hospitales, 3 grandes parques y un club campestre; y excluye el pueblo de Santa Fe, el pueblo de Santa Lucía, la zona de Tacubaya y Contadero, zonas que, aunque son parte de Santa Fe, no llegan a ser incluidas dentro de este perímetro.

²⁸ Patio Santa Fe, Garden Santa Fe, Samara, Centro Comercial Santa Fe.

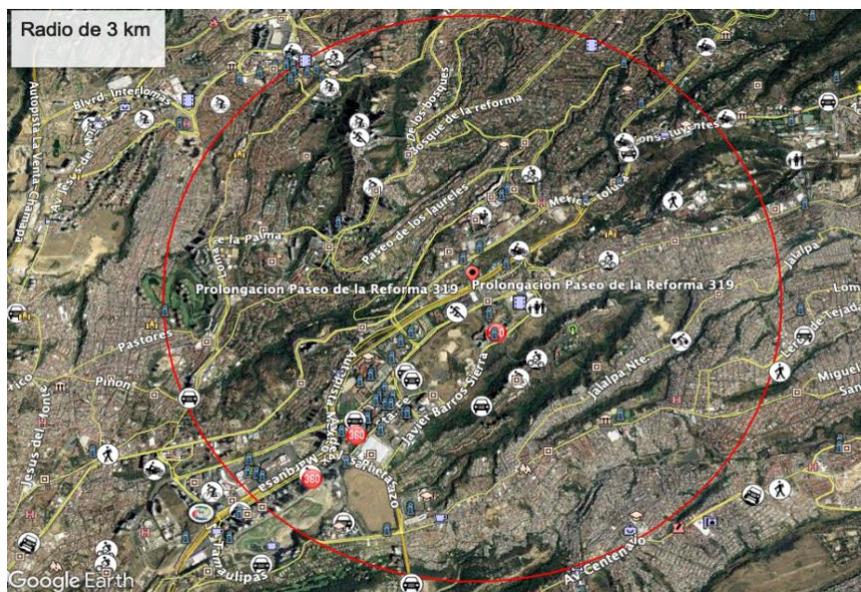


Ilustración 6 Radio de 3 km desde mi ubicación geográfica.

Fuente: Google Earth

Santa Fe desde la lógica de un tercero

En el período de junio del 2018 a agosto del 2019 me puse en la tarea de hacer un análisis a profundidad y exhaustivo de los sujetos que transitan esta colonia, a fin de poder comprender, caracterizar y analizar la manera cómo se inscriben los habitantes en la zona, y cómo, a partir de sus trayectorias y estilos de vida, se construyen las expectativas y significados de lo que representa habitar este entorno.

La información que presentaré a continuación se desprende de mi perspectiva como investigadora, como “sujeto permanente”²⁹ dentro de la colonia, de mi trabajo de campo, los recorridos por la zona, las entrevistas semiestructuradas, las conversaciones informales, las observaciones directas de las dinámicas y comportamientos de los habitantes; todo esto con la finalidad de comprender cómo se maternizan ciertas dinámicas de racialización en la zona.

²⁹ Permanente hace referencia a mi estancia fija dentro de la colonia.

Considero que el estudio del espacio urbano complementa el análisis sobre las prácticas, las representaciones e imaginarios³⁰ que tienen los habitantes de la colonia, ya que, al existir una estrecha relación entre las prácticas sociales y las condiciones materiales, es posible ver cómo las materialidades son parte constitutiva de las prácticas y representaciones de los habitantes de la zona. Dicho esto, y para iniciar con este análisis, traigo a colación un ejemplo sobre una aplicación de Facebook, que pretende caracterizar según “tus gustos” y aptitudes para “definir ¿en qué colonia de la Ciudad de México deberías vivir?”³¹. Es importante aclarar que con el uso de este ejemplo pretendo poner en evidencia cómo las representaciones que tienen los sujetos externos de esta colonia, adquieren valor en las formas y en los modos en los que se coincide en una zona en específico. Así las cosas, es preciso decir que dicha aplicación pretende caracterizar al sujeto a partir de nueve preguntas³² que están relacionadas con sus consumos culturales. Veamos entonces los textos que aparecen después de resolver el cuestionario (ver ilustración 7).

³⁰ Debo resaltar que el concepto imaginario lo entiendo y lo empleo en esta tesis como “el conjunto de creencias, imágenes y valoraciones que se definen en torno a una actividad, un espacio, un periodo o una persona (o sociedad) en un momento dado. Es decir, la representación que el imaginario elabora de un proceso es construida a partir de imágenes reales o poéticas (inmersas en el campo de la fantasía). Variable y distendido, el imaginario es una construcción social –al mismo tiempo individual y colectiva- en permanente remodelación, una suerte de edificio mental que nunca se termina ni se terminará de ampliar o remodelar. (Hieraux;2002: 8)”

³¹ Nombre exacto de la aplicación. Barud Bibiñe, ¿En qué colonia de la Ciudad de México deberías vivir?. <https://www.buzzfeed.com/bibibarud/en-que-colonia-de-la-ciudad-de-mexico-deberias-vivir> (10 de noviembre del 2018)

³² Preguntas transcritas de la aplicación: 1. ¿A dónde te gusta salir en las noches?: ir al antro / ir a un bar / ir a conciertos / quedarte en casa/ ir al cine/ estar con amigos 2. ¿Qué prefieras tomar?: aromáticas /tequila / pulque / café/ cerveza / refresco. 3. ¿Cómo te mueves por la ciudad?: bicicleta / taxi/ metrobús / coche / a pie / metro. 4 ¿Cuál prefieras comer?: tacos / sushi / pizza / hamburguesa / comida tailandesa / pollo frito 5. ¿Cuál es tu lugar favorito en el DF?: Centro Santa Fe / Espacio Escultórico / Bosque de Chapultepec /Tianguis cultural del Chopo / Polanquito /Los viveros de Coyoacán. 6. ¿Qué preferirías estar haciendo ahorita?: leyendo / viendo pelis en el computador / haciendo deporte / caminatas al aire libre / comiendo / haciendo deportes extremos. 7. ¿Cuál te gusta más?: Y tu mamá también / Mi primer beso / Zapatos viejos / Nuestra pandilla / Amar duele / Casi famosos 8. Si pudieras tener algo gratis para toda la vida ¿Qué escogerías?: membresía en el gym / café artesanal / plan y tiempo libre / libros / papas fritas / ropa.



San Miguel Chapultepec

“Cerca de los lugares “más cool” de la ciudad por la mitad del precio y mas tranquila y calladita, así como tú. Esta colonia tranquila rodeada de galerías de arte y a unos pasos del Bosque de Chapultepec sabe a dominguito”.



Santa Maria la Ribera

“El tradicional Kiosco Morisco será el centro de tu vida de ahora en adelante. Esta colonia esta creciendo y, por eso, cada vez encontraras más espacios culturales y habitacionales donde vivir. Además, estarás cerquita del Chopo”.



Nápoles

“También eres hipster, no te hagas, pero pues, ni modo, no vives en la Roma. Igual no importa, la Nápoles es una colonia bastante alivianada, con un par de tianguis semanales podrás comer delicioso y buenos partes para pasear”.



Santa Fe

“Tu corazón godínez⁶⁹ será feliz viviendo en el centro de negocios de la #CDMX. Rodeado de rascacielos y centros comerciales podrás comer en todas las franquicias que desees y olvidarte completamente de cualquier dejo de naturaleza que alguna vez conociste”

Ilustración 7. Caracterización ¿en qué colonia de la Ciudad de México deberías vivir?

Fuente: Captura de pantalla de la aplicación de Facebook

Pues bien, las descripciones que el autor de la aplicación hace de cada una de las colonias mencionadas me parecen interesantes, pues reflejan en gran medida los imaginarios presentes en los habitantes de la ciudad; considero importante desentrañar específicamente la leyenda

de Santa Fe: “Tu corazón godínez³³ será feliz viviendo en el centro de negocios de la #CDMX³⁴. Rodeado de rascacielos y centros comerciales podrás comer en todas las franquicias que desees y olvidarte completamente de cualquier dejo de naturaleza que alguna vez conociste”.

En la primera apreciación del autor, este menciona: “Tu corazón godínez será feliz viviendo en el centro de negocios de la #CDMX”, pues bien, coincido con el autor en la medida de que Santa Fe es la zona corporativa más grande de la Ciudad de México ya que se estima que esta zona ofrece aproximadamente 78 mil empleos permanentes y 40 mil temporales, lo que revela un alto dinamismo, no solo en la oferta laboral, sino también en la demanda de los complejos residenciales. Sin embargo, el autor deja de lado gran parte de la población que habita la zona; ya que Santa Fe representa un modelo global económico, un espacio cosmopolita extremadamente dinámico lo que infiere en el dinamismo de su población, es decir: en Santa Fe, además de vivir muchos ejecutivos de los corporativos, también viven muchas familias extranjeras, la mayoría asiáticos, americanos y familias Latinoamericanas (*como es mi caso*) y jóvenes universitarios.

En la segunda apreciación el autor expresa: “Rodeado de rascacielos y centros comerciales podrás comer en todas las franquicias que desees”; pues bien, esta valoración coincide en gran manera con la realidad de la zona, ya que Santa Fe, además de contar con 4 centros comerciales (uno de ellos el más grande Latinoamérica) y un sinnúmero de locales comerciales y restaurantes de todo tipo; la zona se caracteriza por sus estilos arquitectónicos y diseños de vanguardia, lo que refuerza la idea de que Santa Fe es un sitio cosmopolita extremadamente dinámico y atractivo el cual está acordonado de grandes y ostentosos rascacielos. Aun así, nuevamente el autor deja de lado la realidad de la zona, ya que los rascacielos y las grandes estructuras no son la única característica de la zona, como ya lo mencioné anteriormente; dando una vista panorámica a la colonia se puede encontrar de manera casi sistemática, un cinturón de miseria rodeando una acaudalada zona corporativa.

³³ Godínez es un apellido. Pero en México también es una forma de llamar a las personas que trabajan en oficinas o dependencias gubernamentales. Una polémica etiqueta que sobre todo en RS como Twitter, suele acompañarse de burlas y comentarios ofensivos o discriminatorios.

³⁴ Las siglas CDMX refieren a: Ciudad de México.

Debo hacer un paréntesis antes de continuar y es que en mi caso en particular, dada la sección y parametrización que se hizo (*recordemos que fue un radio de 3 km a la redonda*), estos cinturones de miseria no son una condición fija, es decir: las edificaciones que colindan con mi perímetro son: los grandes corporativos, las modernas construcciones (ver ilustración 8), los centros comerciales de lujo, edificios residenciales y uno que otro proyecto residencial y comercial que se encuentra actualmente en construcción.



Ilustración 8. Panorámica de mi punto de geolocalización

Fuente: Foto propia Johana Rueda S

En cuanto a los suburbios y a los cinturones de miseria, como su propio nombre lo dice, se encuentran a las afueras de la zona (ver ilustración 9), en los límites de la colonia, siendo estos un terreno medianamente desconocidos para los que habitamos esta zona; quizá y muy probablemente esta condición está sujeta a las proposiciones que tiene el Plan de Desarrollo de Santa Fe (PDSF), de “lograr una imagen urbana moderna y a la altura de sus capacidades tanto culturales como ambientales” (Gaceta Oficial Del Distrito Federal; 2012: 55). Nuevamente, debo hacer otro paréntesis: en la lectura general del PDSF no se evidencian

estrategias claras de modernización y desarrollo para estas zonas, no se contemplan en ningún lado los 649 habitantes del Barrio Santa Lucía, ni los 1.270 habitantes del Bejero del Pueblo Santa Fe y mucho menos los 6.047 habitantes del Pueblo Santa Fe³⁵, si acaso se llegan a nombrar es porque los citan cuando hablan y hacen referencia a la calidad y espacio de la vivienda, al acceso a salud y seguridad social, al rezago educativo, a los bienes durables, a la adecuación sanitaria y la adecuación energética, que, paradójicamente, su calificación demuestra notas altas y notas medias, lo que claramente denota que no habla de las realidades de esas zonas, porque si estas hablaran de la realidad contemplaría que dichos “suburbios y pueblos”, sufren de escasas de agua, de insuficiencia eléctrica, de problemas de movilidad, etc.. A lo quiero llegar es que el PDSF tiene un sesgo que pareciera querer omitir las condiciones de aquellas poblaciones, pero tiene un plan muy visionario para la urbe corporativa y la zona residencial. Dicho plan quiere mostrar un desarrollo sustentable y comprometido, quiere hacer un borramiento de estas zonas, y mostrar la concentración del poder económico y político que tiene la zona, pero ¿a qué precio?



Ilustración 9. Panorámica desde el proyecto las cumbres

Fuente: Proyecto residencial Alcada.mx

³⁵ Datos arrojados en el informe: Índice De Desarrollo Social De La Ciudad De México (Ids Cdmx) Por Colonia O Barrio,(Secretaría de inclusión y bienestar social; 2010).

Hecha esta salvedad y retomando lo que anteriormente propuse *los suburbios y a los cinturones de miseria se encuentran a las afueras de la zona, en los límites de la colonia, siendo estos un terreno medianamente desconocidos para los que habitamos esta zona*. Es preciso decir que, si efectivamente estos límites en muchos casos son un terreno desconocido, y su población, sus condiciones sociales y económicas también son desconocidas para la gente que transita y habita Santa Fe, no solo por el hecho de que no se encuentran dentro de la urbe, sino por que estos han sido relegados socialmente dentro de la colonia, han sido desplazados y muchas veces silenciados. No es casualidad que en las calles, en los centros comerciales, en los restaurantes, en los supermercados dicha población sea inexistente, claramente esto demuestra cómo operan las relaciones de poder dentro de la colonia, demuestra como el juego de estas invisibilizan las diferencias y las desigualdades, a fin de mostrarse como “superiores y desarrollados”.

Siguiendo con el análisis del autor (*el de la caracterización de la zona en la que deberías vivir*), debo mencionar que Santa Fe, además de representar una infraestructura moderna en cuanto a sus edificaciones y a sus amplias avenidas, también representa una desorganización y falta de planeación frente a lo que organización vial refiere. Si hacemos el ejercicio de observar panorámicamente la colonia podemos identificar tres aspectos importantes: el primero es que Santa Fe no cuenta con banquetas³⁶, ni ciclo-rutas óptimas para circulación de las personas, lo que infiere que los peatones y los conductores de bicicletas se encuentren constantemente con banquetas estrechas o inexistentes, con mobiliario urbano o con esculturas las cuales entorpecen la circulación, pues, a mi modo de ver, no fueron pensadas para la circulación y movilidad de peatones; y segundo, porque dichas esculturas han sido instaladas en la mitad de las banquetas con la intención de embellecer, obstruyendo el paso peatonal (ver ilustración 10).

³⁶ Banquetas hace referencia a los andenes peatonales.



Ilustración 10. Panorámica de las banquetas de Santa Fe.

Fuente: Fotografía propia.

El segundo aspecto es que, aunque Santa Fe cuenta con amplias vías internas, no cuenta con suficientes vías de acceso (ver ilustración 11), lo que implica una obstaculización en la movilización y una actividad pragmática para los conductores que se movilizan por estas vías, finalmente estos hechos solo refuerza el ideal, de que la mayoría de las personas que habitan esta zona cuentan y disponen de un coche propio o en su defecto circulan en un vehículo particular, lo cual legitima el poder adquisitivo que tienen los habitantes de la colonia. El tercer aspecto es la falta del servicio de transporte público así como la precariedad de rutas y circuitos; si bien, escasamente Santa Fe cuenta con tres tipos de transporte: los peseros³⁷, los camiones³⁸ y las rutas compartidas, dichos no conforman un sistema de transporte integral ya que estos no solo no conectan con todas las zonas de la ciudad, sino que no cuentan con una flota suficiente para transportar a toda la población que requiere el servicio, lo que implica un congestionamiento vial y unas dificultades para quienes viven, trabajan y estudian en la zona

³⁷ Sistema de transporte urbano el cual cobra de a peso mexicano, su costo puede oscilar entre 3 a 5 pesos máximo.

³⁸ Sistema de transporte urbano el cual se diferencia de los peseros por su tecnología e instalaciones mas avanzadas, su costo oscila entre los 5 a los 7 pesos mexicanos.



Ilustración 11. Vías de acceso a la colonia Santa Fe

Fuente: Gaceta Oficial Del Distrito Federal

Con la tercera y última apreciación del autor: “olvidarte completamente de cualquier dejo de naturaleza que alguna vez conociste” discrepo; ya, aunque Santa Fe no cuente con un gran número de parques, sí cuenta con corredores verdes, parques y arborización (ver ilustración 12); baste como una muestra en Santa Fe esta el parque la Mexicana³⁹, el Desierto de los Leones⁴⁰, y el bosque que colina con el Infiniti Center⁴¹, aunque evidentemente se trata de parques artificiales, cuyo crecimiento se ve constantemente controlado.

³⁹ Es el más reciente pulmón urbano, el cual cuenta con una extensión aproximadamente de tres veces el tamaño de la Alameda Central. La mexicana cuenta con 100.000 metros cuadrados de área forestal, 60.000 metros cuadrados de pastizales, tiene una extensión aproximadamente de 7.500 m², cuenta con una pista para correr de 3.4 Kilómetros, una ciclo-pista, zona de restaurantes, un teatro externo. Notimex. <https://www.endondecorrer.com/parque-la-mexicana> (6 de abril del 2019)

⁴⁰ El Parque Nacional Desierto de los Leones.

⁴¹ Edificio residencial y corporativo de Santa Fe.



Ilustración 12. Panorámica Parque la Mexicana, corredor corporativo.

Fuente: CentroUrbano.com

Finalmente, y retomando lo que el autor de la aplicación de facebook mencionaba, la descripción que este hace no es una descripción generalizada, por el contrario, es un relato cargado de prejuicios y de valores, construido a partir de los imaginarios de los actores urbanos, de las mediaciones, de los relatos de las personas, de lo que los medios de comunicación hablan de Santa Fe; y esto lo digo basándome en la idea de que si fuera un relato libre de prejuicios, el mensaje que transmitiría sería un mensaje cargado de otros valores, de otras connotaciones. Aun así, entiendo que el trabajo del autor es caracterizar a modo general, más no trata de profundizar, entiendo que la representación que el autor hace es el resultado del modo de operar de la ideología dominante, y entendamos este último como un modo que procura crear estereotipos alrededor de un grupo o zona por medio de la construcción simbólica de *la diferencia*, lo cual refuerza de igual manera ese ideal de una ciudad o una colonia neoliberal por su impacto, por sus aceleradas y profundas transformaciones espaciales, territoriales, sociales y culturales.

Habitar Santa Fe desde la lógica y las voces de sus protagonistas

En esta sección propongo analizar la imagen urbana de Santa Fe, desde el cómo se materializa la vida urbana de la población a partir de sus características físicas visibles, y cómo estas implicaciones adquieren valor sobre la población tanto de residentes como de los transeúntes cotidianos; todo esto desde la voz de los habitantes de Santa Fe, desde sus expectativas e imaginarios, ya que al analizarlos y ponerlos en evidencia considero que podré dar cuenta de cómo los distintos grupos se distribuyen en los espacios en función de sus capitales sociales y culturales, también de cómo se construyen discursos y prácticas racistas dentro de esta urbe y finalmente se verá cómo operan las dinámicas de racialización según la representación de los usuarios, objetivo general de esta tesis.

Así las cosas, lo que veremos a continuación es un recorrido por los imaginarios y representaciones que tienen los habitantes de Santa Fe: iniciaré con el análisis sobre el dinamismo poblacional que adquiere la zona, seguido de lo significa y representa vivir en Santa Fe y finalmente estudiaré los imaginarios y estereotipos de sus habitantes, a fin de comprender cómo a partir de estos operan las representaciones de los usuarios de Tinder de la colonia Santa Fe y las dinámicas de racialización que se producen dentro de este entorno.

Santa Fe dinámico

*C: “Santa Fe es una zona dinámica porque recibe a diferentes personas, trabajadores, ejecutivos universitarios, gerentes (...) es una zona **dinámica** porque encuentras una gran cantidad de público, todos **diferentes**, pero aun así muy **iguales**. (...) finalmente Santa Fe es una zona corporativa y la gran mayoría sino es que todos los que vez en la calle trabajan acá, pero no todos viven acá, obvio”⁴².*

Como Camilo expresa, Santa Fe es una zona corporativa y residencial, en donde se presenta un alto dinamismo poblacional en el día; se dice que en los días laborales “se pueda registrar

⁴² Camilo Gómez, 35 años. Gerente de planeación financiera. Ciudad de México junio de 2019.

la presencia de hasta 265 mil personas desarrollando sus actividades: 35 mil residentes, 15 mil estudiantes, 115 mil empleados y 100 mil visitantes promedio.” (Pérez; 2018: 319 en González y Martínez; 2018), de los cuales solo el 11% de dicha población vive dentro de esta zona⁴³. Cabe señalar, que el dinamismo de la zona no solo está relacionado con la cantidad de personas que transitan la zona o por quienes transitan en ella; también se ve influenciado por las actividades y ofertas comerciales que ofrece la zona, para ser mas especifica: en Santa Fe, en los días laborales las actividades inician a partir de las 9 de la mañana y terminan aproximadamente a las 7 de la noche. Los grandes centros comerciales, los locales comerciales, los restaurantes, los gimnasios y los supermercados ofrecen un horario extendido: de 5 a.m. a 11 p.m., lo que promueve una alta actividad y dinamismo en la zona en las horas de la noche, para el disfrute y goce de los residentes, ejecutivos y trabajadores de la zona, un ejemplo de esto es lo que mencionan algunos de los entrevistados:

1: “Santa Fe lo tiene todo, cuando salgo de una junta tarde y quiero ir a cenar con mis clientes, siempre encuentro un buen restaurante que cierra tarde; si no alcancé a ir al mercado en la mañana, puedo ir en la noche sin ningún problema”⁴⁴.

2: “No importa que salga tarde de la oficina, finalmente siempre encuentro lo que necesito abierto”⁴⁵.

En el caso particular de los fines de semana, se representa otro escenario totalmente diferente, ya que en estos días la población que transita la zona corresponde específicamente a los residentes locales, al personal de seguridad y de mantenimiento que trabaja en los edificios, los empleados de los locales comerciales y uno que otro turista o visitante ocasional y aunque la oferta comercial sigue brindando los mismos servicios y los mismos horarios, en términos de dinamismo poblacional sí se ve afectado, siempre a la baja. Podría decirse que el claro cambio de dinamismo poblacional se origina principalmente porque la zona no cuenta con

⁴³ Gaceta Oficial del Distrito Federal. Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, 2011. http://www.paot.org.mx/centro/leyes/df/pdf/2017/LEY_DESARROLLO_URBANO_23_03_2017.pdf (4 de marzo del 2019).

⁴⁴ Camilo Gómez, 35 años. Gerente de planeación financiera. Ciudad de México Junio del 2019.

⁴⁵ Héctor Ochoa; 36 años. Director de tecnología e invocación 3M. Ciudad de México Junio del 2019.

una agenda u oferta cultural llamativa; es decir: Santa Fe al no contar ni con museos, ni monumentos, ni exposiciones, ni conciertos, ni mercados locales, etc., genera que tanto la población de la Ciudad de México como los mismos residentes no permanezcan o no se trasladen a la zona en estos días, un claro ejemplo de esto es lo que menciona Fernanda⁴⁶:

F: “Yo amo Santa Fe, encuentro todo lo que necesito, a la hora que lo necesite, Santa Fe me ofrece inmediatez y accesibilidad, es un lugar que no cambiaría para vivir, aun así, los fines de semana prefiero salir de esta burbuja, quiero visitar museos, ir a mercados, ir chelear⁴⁷ en una zona diferente”.

Ahora bien, vimos que Santa Fe representa una zona Cosmopolita, que representa un escenario laboral corporativo, uno que alberga diferentes actores y que a su vez este guarda correspondencia con las necesidades específicas de los usuarios de la zona. Aun así, también vimos que Santa Fe presenta ausencias frente a los recursos culturales que este podría ofrecer, quizá y muy probablemente esto suceda por las dimensiones y demandas del PDSF; como lo mencioné anteriormente, Santa Fe no fue construido desde el imaginario de una zona cultural y turística, sino como una zona corporativa y financiera, lo que claramente guarda correspondencia con las realidades de la zona.

Vivir en Santa Fe

Quisiera empezar recuperando tres fragmentos de las entrevistas realizadas, a fin de contextualizar cómo Santa Fe, además de integrar una imagen propia de un distrito económico y financiero a nivel global, ha adoptado la imagen de ser una zona joven, con residencias de lujo y con una clara diversificación poblacional.

Karla⁴⁸ mencionó:

⁴⁶ Fernanda Castell, 28 años, mánager de agencia de Publicidad BTL. Vive en la misma zona del estudio de esta investigación. Ciudad de México 9 de noviembre del 2018

⁴⁷ Chelar es una expresión coloquial para referirse a irse a tomar unas cervezas

⁴⁸ Karla Méndez, 35 años, Abogada. Vive en la misma zona del estudio de esta investigación. Ciudad de México 9 de mayo del 2018.

K: “La gente que vive en Santa Fe, creo que ha venido cambiando con el tiempo, aunque no he vivido todo el tiempo en Santa Fe, siempre he trabajado en Santa Fe o en Bosques; creo que antes habían más familias y ahora hay más gente joven y te lo digo porque yo lo experimenté en este edificio y con gente que estudió conmigo en la universidad, que vivía en el sur, en Condesa, en Roma, en Pedregal, se cambiaron a Santa Fe, por dos cuestiones creo, en mi percepción: uno porque les queda más cerca a los trabajos y trasladarse en la ciudad es un infierno... entonces es una buena idea vivir cerca a tu trabajo; y dos, porque en Santa Fe, si le buscas, puedes encontrar buenos departamentos, no solo por lo grandes que pueden ser, sino también porque cuentan con amenidades y eso acá en Santa Fe ya es como una norma y es muy importante”.

Fernanda⁴⁹ menciona:

F: “La mayoría de las personas que viven en Santa Fe lo hacen por comodidad de cercanía de oficinas, clientes, y universidades, y por la seguridad que presentan la mayoría de las zonas residenciales. En particular, creo que comparten un común denominador, que es vivir bien a costa de un costo alto, pero que les permite mantener una buena calidad de vida”.

Antonio⁵⁰ menciona:

A: “Santa Fe es una colonia joven, no solo en términos de desarrollo y diseño, es una colonia joven porque en ella vive gente joven, universitarios, jóvenes oficinistas, familias recién casadas, muy pocos niños, pero si bastantes adolescentes, es una colonia con gente de dinero”.

Pues bien, en las afirmaciones de Karla, Fernanda y Antonio se encuentran grandes verdades de la colonia; empezamos porque la población residente de Santa Fe se podría caracterizar como una población joven, no solo porque los residentes se encuentran en un rango promedio de los 21 a 54 años, sino porque también en la zona se albergan y se encuentran estudiantes universitarios y jóvenes ejecutivos, muchos de ellos motivados por las oportunidades de

⁴⁹ Fernanda Castell, 28 años, mánager en una agencia de publicidad BTL. Vive en la misma zona del estudio de esta investigación. Ciudad de México 9 de noviembre del 2018.

⁵⁰ Antonio Pérez, 37 años. Contador. Ciudad de México 9 de noviembre del 2018.

desarrollo profesional que representa la colonia, al ser una zona corporativa de grandes empresas.

Es preciso expresar que esta población es flotante, específicamente hago referencia a la población de jóvenes universitarios de la colonia, ya que, con el cambio de semestre, con la culminación de sus actividades, y muchas veces por el mismo costo de vida que representa Santa Fe, dicha población se ve en el deber de trasladarse a otras zonas de la ciudad, lo que infiere que esta población sea cambiante dependiendo de la temporalidad del año. Pongo como ejemplo mi edificio y mi vecindario:

Diario de campo (Reconocimiento del espacio)

7 de junio de 2019:

Al ser parte del comité de vigilancia de mi edificio, me he percatado que el 60 por ciento de éste está ocupado por trabajadores de corporativos, un 10 por ciento por familias y el porcentaje restante por estudiantes: estudiantes que al pasar el semestre de universidad o al culminar sus estudios, se mudan a otras zonas de la ciudad, por motivos varios: el económico, por las oportunidades laborales o por intercambios escolares.

Frente a las otras particularidades que representan los residentes del edificio, puedo mencionar que las familias que residen en este edificio se caracterizan principalmente porque están compuestas en su gran mayoría por tres o cuatro integrantes (padres, hijos y mascotas); los jóvenes universitarios por el contrario viven con un acompañante de piso, mientras que los ejecutivos si no son solteros, viven con su pareja.

Dentro de esta misma caracterización de mis vecinos, debo resaltar que la gran mayoría de estos cuentan con coche, con servicio de personal de limpieza y en el caso particular de algunas de las familias con hijos, una persona que hace de niñera y de conductor privado, un claro ejemplo de esto último es que en mi edificio solamente viven dos familias con hijos. En mis salidas y entradas del edificio, he observado que las dos mamás cuentan con algún tipo de apoyo, ya sea de una niñera o de un conductor, al igual que cuando voy al supermercado o al gimnasio del edificio, mamás o muchas veces solo las niñeras con los niños, acompañadas del conductor.

Retomando las apreciaciones de los entrevistados y siguiendo con esta misma línea de análisis, es preciso mencionar que la infraestructura y vialidades en Santa Fe fueron planeadas para demostrar el alto nivel de la zona. Un claro ejemplo de esto son los edificios residenciales, si bien estos “cuentan con amenidades muy particulares como alberca, área de lounge, ludoteca, centros de negocios y gimnasio, en su área privada; mientras que en el área pública cuentan con servicios al público como tiendas de conveniencia, boutiques de ropa o de productos especializados” (Pérez; 2018: 322 en González y Martínez; 2018), restaurantes de lujo, el centro comercial más grande de Latinoamérica⁵¹, el Parque la Mexicana, esculturas y piezas escultóricas de famosos artistas en las calles, entre otras tantas variables. El lujo y el prestigio que representa Santa Fe no solo está precedido por el intenso proceso de concentración del poder económico, sino también en la manera como se involucra un sistema de consumo a las prácticas cotidianas y, por ende, a un estilo de vida de los habitantes permanentes y también de los mismos visitantes.

Ahora bien, como “Mary Douglas y Baron Isherwood (1990) afirman:

“los bienes son indispensables para hacer visibles y estables las categorías culturales, pues representan en si mismas una serie coherente y deliberada de significados. Con base en esto, los bienes son la creación y el generador de la constitución cultural del mundo, ya que los significados solo son comprendidos y valorados por quien consume los objetos al reconocer los códigos implícitos en ellos”. (Pérez; 2018 :339 en González y Martínez; 2018)

Es decir que estas particularidades mencionadas no solo infieren en los referentes económicos de sus habitantes, sino también la forma como sus estilos de vida y sus expectativas le dan significado a lo que habitar este entorno global significa.

⁵¹ Centro Comercial Santa Fe: Es el centro comercial más grande y completo de México y de Latinoamérica, cuenta con seis pisos, en los cuales se albergan más de 500 locales comerciales, un súper mercado, cinco tiendas departamentales, tiendas de marcas internacionales, una pista de patinaje, una sala de cine, ocho mil cajones de estacionamiento, entre otras cosas.

Imaginarios y estereotipos de los habitantes de Santa Fe

Diario de campo (Anécdota)

4 de mayo de 2019:

*En el cumpleaños de Alejandra tuve la oportunidad de conocer un par de chicas y chicos. A lo largo de la velada, como es de suponerse, conversamos sobre diferentes temas, uno de ellos en particular fue en qué lugar vivíamos. Cuando llegó mi turno, expresé que vivía en Santa Fe, acto seguido hubo diferentes comentarios al respecto: “vives muy lejos”, “a esa colonia le faltan árboles y parques”, “uff para vivir ahí, sí o sí tienes que tener coche”, “Santa Fe es una nueva ciudad”, “en esa zona están todas las empresas”, “esa zona es súper segura”, “estás en una zona súper fresca⁵², aunque también hay un montón de **nacos**”,⁵³ etc.*

*Como era de suponerse esta conversación me atravesó íntimamente, y más cuando se estaban dando ciertos juicios valorativos sobre quienes y cómo eran las personas que habitamos la zona. Cuando escuché “estás en una zona súper fresca, aunque también hay un montón de nacos”, fue inevitable preguntarles: ¿Cómo así que **fresas**?, ¿cómo así que **nacos**?, finalmente eran expresiones calificativas que yo en ese momento no entendía; en sus respuestas la que más llamó mi mayor atención fue:*

*G: “Pues sí, la mayoría de **fresas** son como **blanquitos güeritos**⁵⁴, personas con plata, son **gente bien**; en cambio los **nacos** son todos **morritos morenitos**⁵⁵, no digo que no sean gente bien, pero casi siempre son como pobres y feos”⁵⁶.*

⁵² Este termino se abarcara mas adelante

⁵³ Es un término mexicano utilizado para referirse al indio, indígena, o como un adjetivo de bajo nivel cultural, ignorante. Academia mexicana de la lengua. <https://www.academia.org.mx/obras/obras-de-consulta-en-linea/diccionario-breve-de-mexicanismos-de-guido-gomez-de-silva>. (30 de enero del 2020).

⁵⁴ Güerito: según el contexto socioespacial, puede aludir a un cuerpo “rubio” o a un habitus de clase. El alcance de lo güero, no obstante, es más acentuado cuando reúne el cuerpo de piel clara con la huella de la blanquitud. Su uso, además, suele ser descriptivo y halagador, por lo que no carga el peso crítico de blancura. Forsell, Entre blancos y güeros. Desigualdad y privilegio en el discurso popular. <https://cultura.nexos.com.mx/?p=18919> (1 de Marzo del 2019)

⁵⁵ Morrito es una expresión mexicana para referirse a la población joven: niños y jóvenes

⁵⁶ Gerardo, 33 años, comerciante. Ciudad de México el 25 de octubre de 2018.

*Casualmente, la gran mayoría de los participantes coincidían con Gerardo, en que lo fresa era sinónimo de **blanquitos güeritos y nacos a personas morenas, pobres y feas.***

Sin lugar a duda, después de esta conversación quedé con un sinsabor de no tener completamente claro lo que estas categorías representaban. Frente a esto me vi en la necesidad de estudiar las categorías de “fresa” y “naco”, ya que son polisémicas y el sentido que adquiere un movimiento permanente en las conversaciones registradas.

En la búsqueda de un significado a nivel social de lo *fresa y naco*, encontré el estudio de Bürki (2014), en el que expresa las distinciones entre estas palabras. Parafraseándola, en el caso de la persona “fresa” no sólo se le atribuye una blanquitud, sino que además se les atribuye y se les distinguen por la forma de vestirse, por la marca de su ropa, por su apariencia moderna y vanguardista, por su forma de hablar, por los bienes que este tiene, por el coche en el que se moviliza, por el lugar en el que vive etc. En el caso de “nacos”, y parafraseando nuevamente a Bürki, generalmente se les atribuye lo moreno, lo pobre, lo indígena, lo chaca⁵⁷, la falta de educación, al igual que ciertas características sobre su vestimenta como: las playeras sin mangas, lentes con armazón de colores, los que portan cadenas y rosarios, los que hacen uso de estampados religiosos, etc.

Así las cosas, por momentos lo “fresa” como lo “güerito”, y como el “naco” y el “chaca” pueden ser usados como equivalente y en ocasiones como un epíteto, lo que significa que estas expresiones no tienen un uso fijo y unívoco, sino que, por el contrario dichas expresiones coloquiales incorporan diferentes categorías en sus propios términos y en sus lógicas de relación. Esto lo podemos ver claramente en una de las intervenciones de los participantes de esa conversación:

⁵⁷El concepto chaca aunque responde a subcultura ciudadana, también responde a el adjetivo de feo y poco deseable.

*J: “Los nacos de Santa Fe viven en las veredas, al lado de los panteones, o al lado de los tianguis, en cambio los **fresas** viven en la zona corporativa, en Las Lomas, en Los Poetas, en el norte de Santa Fe”.*⁵⁸

En contraste con lo anterior, en varias de las entrevistas realizadas pude reconocer que la caracterización que estos hacen de la zona responde de igual manera a juicios valorativos, donde la apariencia del cuerpo juega un papel importante dentro de la colonia. Veamos:

Para Rodrigo⁵⁹

*R: “En Santa Fe viven dos tipos de personas: los del norte y los de la vereda, es decir, el sur [risas]. Viven un chingo⁶⁰ de personas con dinero, los que tienen plata en su gran mayoría son **blanquitos**, con ojos marrones, claros, tienen el pelo liso, no chinito⁶¹, se visten bien, se la pasan en el club, van al gimnasio, se la pasan en antros cool... y así, aunque también viven otros que sí son muy distintos, todo lo contrario, **morenitos, chavales**”.*

María⁶²

*M: “Aquí en Santa Fe hay dos tipos de gente: unos serían los **miereyes** y los otros la **gente del barrio**, como los obreros que construyen los edificios”.*

German⁶³

*G: “Acá, viven un chingo de nuevos ricos... hay un montón de **fresas** y **miereyes**, aun así, todos son **gente bien**”.*

Andrea⁶⁴

*A: “Santa Fe es muy **play**, la gente es **güerita**... es la concentración de los **bonitos**”.*

⁵⁸ Joaquín, 32 años. Estudiante en gerencia de innovación en la universidad IBERO. Ciudad de México 3 de mayo del 2019.

⁵⁹ Rodrigo Martín, 28 años, estudiante de la Ibero. Vive en la misma zona del estudio de esta investigación. Ciudad de México 10 de noviembre del 2018.

⁶⁰ Chingo: es un termino que se refiere a cantidad, se refiere a que hay algo en demasiada cantidad.

⁶¹ El peno chino o chinito, hace referencia al pelo crespo

⁶² María, 26 años. Ciudad de México el 14 de noviembre de 2018.

⁶³ German Arenas, 44 años. Gerente de BBVA. Ciudad de México 10 de mayo del 2019.

⁶⁴ Andrea, 22 años. Estudiante de marketing. Ciudad de México el 10 de junio del 2019.

Alessandra⁶⁵

A: “En Santa Fe se ve de todo, *nacos, cholos, fresas, mireyes, morenitos, prietos, Godínez* [risas]... pero son más los *güeros y güeritas que nacos*”.

Karla⁶⁶

K: “En Santa Fe vive gente *aspiracional* ... siempre están buscando encajar en alguna categoría, unos quieren ser “gente bien” o quieren ser o ser vistos como *fresas*. Otros por el contrario solo buscan pasar desapercibidos, pero finalmente terminan cayendo en algún estereotipo”.

Lo anterior denota que la existencia de estas etiquetas y categorías no solo se centran en el señalamiento y en la categorización de los habitantes de la colonia, también adquieren valor en las condiciones de clase a nivel social; es decir, estas etiquetas son parte y dependen de las actividades y preocupaciones que tienen los actores sociales. Añado la cita de Eugenia Iturriaga (2018):

“La representación de estas etiquetas es el resultado del modo de operar de la ideología dominante, quienes se procuran por crear estereotipos alrededor de un grupo por medio de la construcción simbólica de la diferencia. Siguiendo a Thompson (1998) esta es una estrategia de fragmentación ya que enfatiza distinciones y divisiones que impiden una identificación colectiva” (p. 211).

Volviendo a la caracterización que los entrevistados hicieron sobre los sujetos de la colonia, es preciso decir que en dichas expresiones se puede notar un conjunto de estereotipos muy marcados. Es decir, y para ser más precisa en este punto, si se observan las manifestaciones de los entrevistados vemos que al momento de caracterizar al “otro” es evidente que estos incorporaron expresiones negativas y despreciativas, y muy pocas veces expresiones positivas y elogiadoras, lo que sin lugar a duda deja en evidencia dos cosas: la primera es que

⁶⁵ Alessandra; 28 años. Administradora. Ciudad de México 19 de mayo del 2018.

⁶⁶ Karla Méndez, 35 años, Abogada. Vive en la misma zona del estudio de esta investigación. Ciudad de México 9 de mayo del 2018.

dichos discursos reflejan ciertas posición de superioridad e inferioridad, las cuales están camufladas bajo las categorías de “fresa”, “*güeras o güeros*”, “*nacos*”, “*chavales*”, “*morenos*” etc., que, sin lugar a duda son expresiones que reflejan la forma como opera el racismo y la racialización en este país, y más específicamente en esta zona.

La segunda, y ciertamente una de las cosas que despertó mayor interés, fue que en dichas manifestaciones existe cierto desvanecer del propio ser, es decir que si se observan las expresiones vemos que los sujetos no hablaron en primera persona, no se hicieron partícipes de esta colonia y ciertamente no se adjudicaron ninguna de esas categorías, por el contrario lo que se ve es que dichas expresiones fueron en tercera persona, siempre hablando del *otro*, como ese sujeto aislado, como un ser inherente a esta colonia; lo paradójico del asunto es que casualmente dichos entrevistados también hacen parte de esta de Santa Fe.

En definitiva, todo lo anterior es importante en la medida que resalta el discurso cotidiano de los habitantes de Santa Fe, ya que este está repleto de modos racializados de clasificación de grupos, sectores o personas: lo “fresa” como lo apreciado, lo anhelado; lo “naco” como una posición de sujeto desvalorizada, marginalizada o negada. Ahora bien, es importante aclarar que existe la necesidad de reconocer quién y desde dónde se está hablando, ya que estos discursos también aluden a unas prácticas y consumos culturales; así como estéticas y estilos corporales que se devalúan por medio de tal calificación.

En el siguiente capítulo se busca proponer una forma de analizar la raza, el racismo y la racialización en México, dejando ver las diferentes definiciones y contextualizaciones que abarcan estas categorías, seguido del análisis del cómo estas categorías se permean en un contexto mexicano, específicamente en un México contemporáneo, en los planos Offline y Online.

Capítulo II

Las voces del racismo y la racialización

No debemos desconocer que el racismo justificó, y continúa haciéndolo, las relaciones de dominación y de exclusión, mediante las que los sujetos subalternizados han sido violentados y menospreciados; donde “la discriminación hacia el *otro* es tan antigua como la historia de la civilización, donde el racismo nace con la expansión de Occidente como una forma de justificar la dominación y la explotación del otro por una supuesta superioridad racial” (Iturriaga; 2018: 41). Y aunque en la actualidad en América Latina ningún sector social y muy pocos grupos políticos se denominan racistas, sí existen los prejuicios raciales, que se dejan entrever de forma difusa, pero que finalmente están cargados de un valor simbólico, ideológico y político frente a lo que se racializa.

El racismo no solo se marca con el color de piel o por una condición socioeconómica; por el contrario, vivimos en un mundo donde las diferencias prevalecen, donde el ser diferente pesa, donde ser bajo, alta/o, morena/o, blanca/o, negra/o, mulata/o, peli roja/o, peli negra/o, rubia/o, extranjero o nacional te adjudica una categoría, una categoría de clase, de raza, de historia, etc. Sin lugar a duda no existe un solo tipo de racismo, existen múltiples racismos, racismos que se reciclan, racismos que se transforman, racismos que se adaptan, racismos que se propagan diariamente y de los cuales ningún individuo se escapa.

Raza, racismo y racialización, indudablemente hacen referencia a la forma y la manera en que tanto las desigualdades como las diferencias culturales y sociales se inscriben en los cuerpos de las personas. Se podría decir que las razas no son reales en la biología, que el racismo existe en nuestra realidad social y cultural gracias a un proceso sintomático de la racialización, aun así, es importante distinguir las formas de discriminación y segregación que existen en nuestras sociedades.

Raza, racismo y racialización ¿un solo asunto?

Quisiera empezar trayendo a colación lo que Stuart Hall (1992) citado por Lawrence Grossberg (2006) sugiere: [...]la raza era, una ausencia significativa en el Centro, hasta que ciertas luchas institucionales y ciertos acontecimientos sociales —situados en una particular coyuntura en la que la raza jugó un papel central— obligaron a incluirlo en la agenda. (p. 50). Pues bien, sin lugar a duda no es casual que no existan ni consensos, ni naturalezas, ni manifestaciones definitivas frente a las categorías de raza, racismo y racialización, y es gracias a esto que se me permite, como investigadora, profundizar en ese amplio campo.

Propongo iniciar este camino con el análisis y la exposición de los diferentes acercamientos teóricos de estas categorías conceptuales, a fin de contextualizar al lector la mirada en que sitúo esta investigación; cabe señalar que no es de mi interés historizar estos conceptos, tampoco pretendo entrar en detalle sobre lo que se ha dicho o quién lo ha dicho; lo que busco es vislumbrar desde un carácter crítico el debate respecto a estas categorías y cómo estas se representan dentro de esta investigación.

Pues bien, diversas teorías se han constituido alrededor de las categorías conceptuales de raza, racismo y racialización y, gracias a esto, éstas han sido trabajadas desde distintos escenarios y ámbitos académicos. Indiscutiblemente los estudios culturales, los proyectos de gobernanza, la antropología, la sociología, entre otras ciencias sociales, han sido responsables en gran manera del vislumbramiento de esta emergencia. Sin lugar a duda, uno de los caracteres principales que rodean estas discusiones se centran en la forma en la que se configuran y se articulan las “nuevas” como de las “antiguas” formas de raza y racismo de las cuales hablaremos más adelante. Para entender cómo operan estas categorías empezamos diciendo que “la idea de raza es, con toda seguridad, el más eficaz instrumento de dominación social inventado en los últimos 500 años” (Quijano; 1999: 141), a lo largo de la historia, la raza ha sido término asociado a procesos biológicos, genéticos y marcaciones de color, en donde, al tener un sujeto ciertas características físicas visibles se le ha asociado una “raza” específica; es decir la raza, se ha visto como un “criterio básico de clasificación social universal de la población del mundo, instrumento de clasificación de las principales nuevas

identidades sociales y geo-culturales del mundo. De una parte: "indio", "negro", "asiático" (antes "amarillos" y "aceitunados"), "blanco" y "mestizo", de la otra: "América", "Europa", "África", "Asia" y "Oceanía" (Quijano; 1999: 141).

Es prudente aclarar la definición y la forma en que lo afirma Aníbal Quijano (2014) “la idea de raza es, literalmente, un invento. No tiene nada que ver con la estructura biológica de la especie humana. En cuanto a los rasgos fenotípicos, éstos se hallan obviamente en el código genético de los individuos y grupos y en ese sentido específico son biológicos. Sin embargo, no tienen ninguna relación con ninguno de los subsistemas y procesos biológicos del organismo humano, incluyendo por cierto aquellos implicados en los subsistemas neurológicos y mentales y sus funciones” (p. 780), en ese sentido y cómo lo afirmó también Agustín Fuentes (2018)⁶⁷ “la raza no es una categoría biológica humana, es una construcción social basada en diversos contextos históricos, políticos, económicos y experienciales”, donde la “raza” no solo es un referente de marcaciones biológicas y genéticas derivadas de una construcción histórica, sino que también es y responde a la idea de la diferenciación y jerarquización de la fuerza de trabajo, derivado de un pensamiento eurocéntrico, el cual deviene del resultado de la dominación colonial. Pero, ¿Qué significa esto? ¿de dónde viene?, pues bien, Aníbal Quijano (1999) propone que:

“La idea de "raza" nace con "América" y originalmente se refiere, presumiblemente, a las diferencias fenotípicas entre "indios" y conquistadores, principalmente "castellanos". Sin embargo, las primeras gentes dominadas a las que los futuros europeos aplican la idea de "color" no fueron los "indios". Fueron los esclavos secuestrados y negociados desde las costas de lo que ahora se conoce como África y a quienes se llamará "negros"⁶⁸”. (p. 147)

⁶⁷ Agustín Fuentes, profesor del Departamento de Antropología de la Universidad de Notre Dame, Indiana, Estados Unidos, Ciudad de México mayo del 2018.

⁶⁸ Continuidad del argumento de Anibal Quijano (1999) “Pero, aunque sin duda parezca ahora extraño, no es a ellos que originalmente se aplica la idea de "raza", a pesar de que los futuros europeos los conocen desde mucho antes de llegar a las costas de la futura América. Durante la Conquista, los ibéricos, portugueses y castellanos, usan el término "negro", un "color", como consta en las Crónicas de ese período. Sin embargo, en ese tiempo los ibéricos aún no se identifican a sí mismos como "blancos". Este "color" no se construye sino un siglo después, entre los britano-americanos durante el XVII, con la expansión de la esclavitud de los africanos en América del Norte y en las Antillas británicas. Y obviamente, allí "white" ("blanco") es una construcción de identidad de los dominadores, contrapuesta a "black" ("negro" o "nigger"),

En otras palabras el colonialismo como proceso socio-histórico y económico fundó ciertas relaciones de opresión y dominación basadas en la noción de raza; noción que sigue operando o incluso funcionando en esta fase del capitalismo en la cual vivimos, aun así, es preciso subrayar que:

“el mundo del capitalismo es, por cierto, histórico-estructuralmente heterogéneo y las relaciones entre sus partes y regiones son necesariamente continuas; eso significa que la crisis del patrón capitalista colonial/moderno de clasificación social de la población mundial tiene ritmos y calendarios diferentes en cada era del mundo capitalista” (Quijano; 1999: 145).

Aunque esa idea de raza y de lo que representa la raza, esté fuertemente ligada a las variaciones y transformaciones del cómo el mundo capitalista avanza, su “evolución” o mejor dicho la reconstrucción del concepto no adquiere del todo formas definitivas, por el contrario, continúan siendo permeadas de ideales de la colonialidad del poder⁶⁹.

No obstante, no es de desconocer que los seres humanos hemos tenido la tendencia a clasificar a nuestros iguales según su raza bajo el factor biológico y, aunque ya lo hemos dicho, muchos científicos han afirmado que no existe una diferencia genética definida de las razas, este concepto sigue permeando los ideales sociales; lo problemático del asunto es que esta no es la única forma y modo en la que la raza se define o se interpreta en los contextos sociales, sin lugar a dudas los individuos también hemos estado fuertemente cargados de un imaginario social, de una creencia de superioridad e inferioridad, de una creencia de que ciertas características son mejores que otras, del que si perteneces a cierta población, si vives en una zona, si te vistes de tal manera, si frecuentas ciertos lugares, si eres más blanco, te hace mejor que el *Otro*.

identidad de los dominados, cuando la clasificación "racial" está ya claramente consolidada y "naturalizada" para todos los colonizadores y, quizás, incluso entre una parte de los colonizados.” (p. 147)

⁶⁹ Entiéndase colonialidad del poder y citando Anibal Quijano (2000) como “Uno de los ejes fundamentales de ese patrón de poder es la clasificación social de la población mundial sobre la idea de raza, una construcción mental que expresa la experiencia básica de la dominación colonial y que desde entonces permea las dimensiones más importantes del poder mundial, incluyendo su racionalidad específica, el eurocentrismo” (P. 777)

Debo hacer un paréntesis aquí, entendamos que la noción del *Otro* en mayúsculas la adopto en esta investigación como el proceso devengado de la alteridad; recordemos que:

“La alteridad requiere, por lo menos, de dos sujetos que se diferencien y de que el uno esté frente al otro y que pueda llegar a ser por el otro, puesto que el otro es distinto, diferente; pero es justamente la diferencia de este otro la que hace posible que el uno exista. La consideración de la alteridad y la diferencia se plantea como un principio que no posibilita la exclusión en ningún momento; la alteridad es reconocer al otro en su diferencia, y en su reconocimiento no puede haber exclusión, la exclusión del otro implicaría la exclusión de uno mismo” (Arias, 2002: 94)

Cabe también retomar a Stuart Hall (2014) y es que es importante recalcar que la “diferencia” es ambivalente, y que esta puede ser tanto positiva como negativa y que a su vez esta puede adquirir un sentido amenazante, un sitio de peligro, un sentimientos negativo, de hendidura, hostilidad y agresión el cual es y será replicado en el *Otro* y hacia el *Otro* (p.464); Dicho esto, la noción del *Otro* dentro de esta investigación respondería a ese sujeto marginalizado, ese sujeto al cual se le marcan las diferencias, ese sujeto que no corresponde y el cual está cargado de un valor simbólico de la alteridad.

Hecha esta salvedad, y volviendo al tema que nos ocupa, en el contexto particular de esta investigación el término *raza* se vincula a procesos sociales y no en fundamentos biológicos, esto porque no concibo la idea de que existe una *raza* totalizante, pero sí concibo en que la *raza* opera en las relaciones sociales como configurador de las relaciones de dominación y jerarquización. Es decir, dentro de esta investigación, la noción de *raza* la tomo como el instrumento de clasificación social básico de la población, puesto que, desde esta mirada, se podría responder al cómo operan esas dinámicas de racialización; así como también a esas dinámicas de representación y autorepresentación tanto de los usuarios de Tinder, como de los habitantes de la colonia Santa Fe; que, por cierto, es una población que en muchos casos comparten sus ideales, su religión, su historia etc., como ya lo mencionamos anteriormente.

Aun así, para analizar estos procesos a mayor profundidad, es necesario reconocer que la noción de *raza* no debe ser pensada y analizada de forma singular, por el contrario esta debe ser estudiada desde las múltiples articulaciones que genera. Dicho esto, en los siguientes apartados pretendo exponer en el caso particular de México, cómo se debe estudiar la racialización y cómo operan estas tres “R” (raza, racismo y racialización) dentro del contexto mexicano contemporáneo que nos ofrece la colonia de Santa Fe, como estudio de caso.

¿Cómo estudiar el racismo?

Inicio esta sección retomando las palabras de Ochy Curiel⁷⁰(2018), quien sugirió en uno de sus seminarios que el racismo es un sistema de pensamiento amparado por una estructura “naturalizada”, donde el racismo se toma como construcción cultural asociada y codificada a lo negro y a lo blanco como un pensamiento binario de opuestos, el cual asume que los seres humanos son desiguales en función de ciertas características físicas visibles que son amparadas por una construcción biologizada que ha sido presentada históricamente como verdad. Curiel expresó de manera puntual que no basta con amparar una sola síntesis, sino que por el contrario es necesario escudriñar en este campo para entender sus relaciones y conflictos. Sin lugar a duda, sus proposiciones se asemejan a lo que propone Eduardo Restrepo y Julio Arias (2010): la idea de raza y el racismo “no consiste simplemente en decir “eres negro o indio, por tanto, eres inferior”, sino en decir “no eres como yo, por tanto, eres inferior” (2010: 52), del mismo modo, estos autores expresan que:

[...] “la raza y el racismo se encuentran asociados a la diferenciación y jerarquización, y no es suficiente con afirmar que la raza es culturalmente producida y que las diferencias culturales son racializadas. Por el contrario, “es necesario establecer genealogías y etnografías concretas de cómo las diferentes articulaciones raciales (o la racialización) emergen, despliegan y dispersan en diferentes planos de una formación social determinada” (2010: 62).

⁷⁰ Curiel, Ochy. Activista y teórica del feminismo latinoamericano y caribeño, antropóloga social, Seminario de Investigación en Estudios Culturales Privilegios, Racismos y Xenofobias en Colombia: 13 de marzo del 2018.

En ese sentido, y como lo mencioné al inicio de este capítulo; es importante y absolutamente necesario, analizar el racismo como una categoría separada de la raza, ya que en muchas ocasiones la distinción entre raza, racismo y discriminación pueden presentarse de forma análoga como un pensamiento binario; dicho de otra manera, no todo racismo es un racismo aversivo⁷¹, no todo racismo es etnocentrista⁷², no todo racismo es simbólico⁷³, no todo el racismo es biológico⁷⁴ y por ende no toda discriminación tiene emergencia racial.

Ahora bien, entendamos que:

“El racismo verdadero “fenómeno social”, se inscribe en prácticas (formas de violencia , de desprecio, de intolerancia, de humillación y de explotación), discursos y representaciones que son otros tantos desarrollos intelectuales del fantasma de profilaxis o de segregación (necesidad de purificar el cuerpo social, de preservar la identidad del “yo”, del “nosotros”, ante cualquier perspectiva de promiscuidad, de mestizaje, de invasión) y que se articulan en torno a estigmas de alteridad (apellido, color de la piel, prácticas religiosas). Organiza sentimientos, confiriéndoles una forma estereotipada, tanto en lo que se refiere a sus “objetos” como a sus “sujetos”. (Balibar, 1988: 32)

Mientras que:

“La discriminación supone la doble articulación de un acto de diferenciación y un ejercicio de exclusión. Un acto de diferenciación en tanto implica la clasificación de

⁷¹ Racismo aversivo: Es un tipo de racismo sutil porque generalmente es empleado por personas que están abiertamente en contra del racismo y de los comportamientos racistas. En el racismo aversivo se pretende la igualdad de derechos y la libertad para que cada grupo viva su propia cultura abiertamente. Rodríguez, Sonia. ¿Qué es el racismo y qué tipos de racismo hay? <https://eacnur.org/blog/que-es-el-racismo-y-tipos-de-racismo/> (4 de agosto 2019)

⁷² Racismo etnocentrista: Este tipo de racismo está basado en la superioridad cultural del propio grupo, por lo que este asume que otros grupos diferentes suponen una amenaza cultural. Rodríguez, Sonia. ¿Qué es el racismo y qué tipos de racismo hay? <https://eacnur.org/blog/que-es-el-racismo-y-tipos-de-racismo/> (4 de agosto 2019)

⁷³ Racismo simbólico: Aboga por el derecho a ser iguales, pero con matices: el derecho a ser iguales existe, pero para ámbitos puntuales o ciertas situaciones. Rodríguez, Sonia. ¿Qué es el racismo y qué tipos de racismo hay? <https://eacnur.org/blog/que-es-el-racismo-y-tipos-de-racismo/> (4 de agosto 2019)

⁷⁴ Racismo biológico: Entiende que una raza es biológicamente superior a las demás, que amenazan con degenerar la raza que es considerada principal. Rodríguez, Sonia. ¿Qué es el racismo y qué tipos de racismo hay? <https://eacnur.org/blog/que-es-el-racismo-y-tipos-de-racismo/> (4 de agosto 2019)

una persona o colectividad de tal manera que la distingue claramente de otras personas o colectividades. Esta diferenciación recurre a una serie de imágenes y concepciones existentes de antemano por parte de quien ejerce la discriminación. Los estereotipos son algunos de las más extendidas imágenes o concepciones previas sobre las que se establece este acto de diferenciación propio de la discriminación”. (Restrepo, 2012: 176).

Dicho brevemente el concepto de discriminación, específicamente el racial no debe tomarse como toda distinción, exclusión, limitación o preferencia de *raza*, color, sexo, idioma, religión, ideales políticos, o del origen nacional, social, o de la posición económica o de nacimiento; sino que, por el contrario, la discriminación racial debe entenderse como el proceso que está vinculado a otro tipo de “categorías”, las cuales deben ser entendidas y analizadas individualmente. Deseo recalcar que, para efectos del presente trabajo, no abonaremos en este terreno, aunque tampoco lo desdibujaremos por completo.

Así las cosas, es preciso decir entonces que la noción del racismo operará desde la lógica de la ideología⁷⁵ y que es desde esta lógica ya que es “ella” la que permite justificar las desigualdades sociales y económicas, es “ella” la que permite no solo caracterizar a los grupos humanos por su aspecto físico, sino también porque es “ella” la que faculta la adjudicación de atributos morales, educativos y espirituales a las personas, ya sea por su origen nacional y étnico. No obstante, el racismo además de ser una ideología, también es un sistema de organización, y sí es un sistema de organización ya que permite organizar a las personas por sus relaciones, en cuanto a que aquellos que tengan un tono de piel más claro y un fenotipo medianamente europeo podrían ubicarse en la más alta escala social y económica, mientras que aquellos con piel más oscura o con un fenotipo indigenizado se ubicarían en la escala más baja. Baste como muestra la publicidad, los empleos, el lenguaje. Aun así, esta

⁷⁵ Es preciso decir que y citando a Castro Gómez (2000):“Las ideologías cumplen la función de ser “concepciones del mundo” (Weltanschauungen) que penetran en la vida práctica de los hombres y son capaces de animar e inspirar su praxis social. Desde este punto de vista, las ideologías suministran a los hombres un horizonte simbólico para comprender el mundo y una regla de conducta moral para guiar sus prácticas. A través de ellas, los hombres toman conciencia de sus conflictos vitales y luchan por resolverlos. Lo que caracteriza a las ideologías, atendiendo a su función práctica, es que son estructuras asimiladas de una manera inconsciente por los hombres y reproducidas constantemente en la praxis cotidiana.” (p. 743)

no es la única manera de entender la raza y el racismo, por esto lo problemático en nuestro tema en particular es: ¿Cómo estudiar el racismo?, ¿Cuáles podrían ser los criterios para identificar o reconocer el racismo en las sociedades contemporáneas?

A fin de solventar estas preguntas, me gustaría retomar lo que propone Iturriaga (2018) en su libro “Las élites de la ciudad blanca”, citando a Pierre Andre Taguieff (2001), y es que en definitiva para entender tanto la raza como el ideal del racismo contemporáneo mexicano, se debe entender la distinción conceptual entre el racismo clásico y el neoracismo⁷⁶, ya que el primero es biológico e inequitativo y promueve el ideal de la “existencia de distintas razas y una clasificación jerárquica de los grupos humanos” (2018: 41).

Teniendo esto en mente, el racismo cultural se enfoca en las diferencias identitarias y no solo biológicas; es decir un “neoracismo” el cual como lo propone Taguieff (2001) y parafraseándola, el racismo cultural hace referencia a un racismo derivado del universalismo abstracto⁷⁷, el cual no reconoce la dignidad específica de tal o cual grupo, sino que se identifica por su rechazo absoluto del derecho a la diferencia, a una negación de la diversidad humana como valor y del mismo modo es un racismo derivado de la visión diferencialista radical, el cual consiste “en sacralizar las diferencias, fenotípicas o culturales, entre los grupos humanos, donde no reconoce una igual dignidad humana a los miembros de todos los grupos, y se niega entonces la naturaleza común a los seres humanos” (p. 4).

Es decir, que el racismo cultural o el “neoracismo” es la sacralización de las diferencias, partiendo de la base de que todos los seres humanos son iguales biológicamente hablando, aunque tienen diferencias culturales, comportamientos diferentes, códigos de comunicación

⁷⁶ La categoría conceptual de neoracismo la pretendo estudiar desde estos cuatro grandes ejes propuestos por Zubiria (2007): El primer eje, como el hecho de que el racismo no existiría o no estaría presente en un estado de regresión sino en una alarmante expansión en las sociedades contemporáneas, el segundo eje el cual se enfoca en que no se trata de un “simple” prejuicio, sino que por el contrario es un fenómeno social total que se inscribe en las prácticas, discursos, representaciones, creencias, sentimientos, etc.; el tercer eje, como el proceso que retoma la tesis de que no hay racismo sin teoría ni discursos y finalmente el cuarto eje surge que surge del interrogante sobre la reductibilidad o no, del racismo existente a modelos o a lógicas anteriores, es decir “El desconocimiento de sus transformaciones terminaría convirtiendo en inocuo el antirracismo; el encapsulamiento en esquemas anteriores lo reduciría a incognoscible. (pp. 222-236)

⁷⁷ “El universalismo abstracto es aquel que desde un particularismo hegemónico pretende erigirse en diseño global imperial para todo el mundo y que al representarse como descarnado esconde la localización epistémica de su *locus* de enunciación en la geopolítica y en la corpo-política del conocimiento” (Grosfogel, 2007: 71).

distintos e incompatibles, por lo que es “mejor estar separados”; en este sentido vemos que el neorracismo “el racismo sin raza”, no necesita marcar un sentido biológico para vislumbrar o exponer la existencia de diferencias estereotipadas, a diferencia de los postulados del racismo clásico⁷⁸ que sí sacraliza las diferencias biológicas y las diferencias físicas de las “razas” humanas.

No obstante autores como Todorov (2007), refieren una importante distinción entre el racismo, entendido como una práctica cotidiana de la discriminación, y el racialismo como una ideología racista la cual esta fundada en la elaboración científica intelectual relativa a la existencia y comportamiento de las razas humanas que se desarrolló desde mediados del siglo XVIII hasta mediados del siglo XX. Todorov plantea específicamente que la doctrina racialista se puede presentar como un conjunto coherente de cinco posiciones:

1. La existencia de las razas y el deseo de su continuidad que se manifiesta en un rechazo a las mezclas raciales.
2. La continuidad entre lo físico y lo moral, donde a la división del mundo en razas corresponde una división cultural, afirmándose que las diferencias físicas determinan las diferencias culturales y que es posible modificarlas a través de la educación.
3. La acción del grupo sobre el individuo, donde el comportamiento del individuo depende en gran medida del grupo racial cultural (étnico) al que pertenece.
4. La jerarquía única de valores, donde se piensa que hay razas superiores e inferiores y donde es muy raro que la etnia a la que pertenece el autor racista no se encuentre en la cima de la jerarquía.
5. La política fundada en el saber, la cual está fundamentada en una postura doctrinal basada en las cuatro anteriores.

En ese sentido, el racialista extrae de los hechos un juicio moral y un ideal político, en donde “el sometimiento de las razas inferiores o incluso su eliminación se puede justificar gracias

⁷⁸ Autores como Teresa San Román (1996) Wieviorka (1992) y Taguieff (2001), han sido quienes trabajar y complejizan este tipo de racismo.

al saber acumulado en materia de razas y es aquí donde el racialismo se reúne con el racismo; es decir: la teoría da lugar a la práctica” (Todorov, 2007: 119).

Ante esto, y retomando las preguntas: ¿Cómo estudiar el racismo? y ¿Cuáles podrían ser los criterios para identificar o reconocer el racismo en las sociedades contemporáneas? autores como Wieviorka (2009) y Taguieff (2001) podrían dar luz para resolver estas incógnitas ya que ellos han analizado a lo largo de su carrera el carácter multidimensional del racismo; específicamente dichos autores expresan que el racismo se podría distinguir por ocho formas elementales: por la ideología, por el prejuicio⁷⁹, por la segregación, por la violencia, por la “doxa⁸⁰, por los comportamientos o prácticas sociales, por los funcionamientos institucionales y finalmente por los discursos ideológicos.

Debo dar claridad que no ahondaré en todas estas dimensiones; específicamente me centraré en dos: la *doxa* y las prácticas. La selección de estas, parte primero porque son dimensiones no excluyentes, lo que significa que son dimensiones que se yuxtaponen con las otras, y segundo porque estas dos dimensiones están medidas en el valor que estas representan en la problemática central de esta tesis.

La dimensión doxa

Concretamente, esta dimensión refiere al hablar cotidiano de las personas, a la forma en que estos perciben al *Otro*, en sus creencias y opiniones, es decir, en los estereotipos y prejuicios. Consideremos que cuando hacemos referencia a los estereotipos, aludimos a un conjunto de ideas generalizadas y simplificadas sobre la forma de comportarse en un grupo o sobre la misma cultura. Concretamente, los estereotipos son una estructura de pensamiento que comprende las imágenes, creencias, juicios, símbolos y hasta las opiniones de cómo son los *otros*, los cuales, en muchas ocasiones, se consideran precisos y responden a una serie de términos opuestos con los que se establece una identificación: *lo que aspiro, lo que valoro y lo que rechazo*.

⁷⁹ Prejuicio: Que se expresa en los discursos cotidianos.

⁸⁰ La *doxa*, está compuesta por las actitudes (opiniones, creencias, prejuicios, estereotipos).

En términos de Homi Bhabha (2002) “el estereotipo, es una estrategia discursiva mayor, es una forma de conocimiento e identificación que vacila entre lo que siempre está "en su lugar", ya conocido, y algo que debe ser repetido ansiosamente”; es decir y de manera puntual:

“los estereotipos aseguran su repetibilidad en coyunturas históricas y discursivas cambiantes; conforma sus estrategias de individuación y marginalización; produce ese efecto de verdad probabilística y predictibilidad que, para el estereotipo, siempre debe estar en exceso de lo que puede ser probado empíricamente o construido lógicamente” (p. 91)

Un ejemplo de esto, lo podemos ver en lo que María⁸¹ comentaba:

*M: “Acá en México se valora mucho esa belleza **mestiza**, por ser parte de nuestros antepasados y pues porque son parte de nuestra cultura... A mi no me gustan las personas con rasgos **indígenas**, es decir como alguien **moreno**, de cabello largo, alisado, ojos un poco rasgados, oscuros y una contextura tal vez no tan delgada... pienso que este tipo de belleza indígena o como **aborigen**, de alguna manera es algo que se está viendo muy **representado en la moda y los medios**, como todo lo que debe ser políticamente correcto ahora, pero esto no necesariamente es lo **bello**, finalmente son **construcciones** que se renuevan todo el tiempo”.*

Teniendo esto en mente, es importante denotar que los estereotipos se encuentran fuertemente marcados por el discurso colonial y aunque se presenten coyunturas tanto discursivas como históricas, este discurso colonial no ha dejado que los estereotipos se modifiquen, lo que a su vez ha logrado una legitimación de este. Frente a lo anterior Bhabha (2002) precisa que el estereotipo colonial es ambivalente porque el *Otro* es a la vez objeto de desprecio y deseo; es en esta ambivalencia donde radica su fuerza, a través de un proceso simultáneo de negación y de identificación con el *Otro*.

⁸¹ María, 26 años, Publicista y Diseñadora gráfica, Vive en Inffinitti Center. Ciudad de México, 9 de septiembre del 2019.

Podríamos decir que los estereotipos se encuentran en correlación con el prejuicio, ya que conceptualmente estos están relacionados no solo bajo la lógica de consistencia cognitivo-afectiva⁸², sino que además las dos se reflejan dentro del sentimiento negativo hacia los *otros*. Es decir que el prejuicio es una percepción tanto positiva como negativa hacia un grupo o hacia otro, el prejuicio se reconoce con cierta culpa, está presente en los discursos como en las prácticas cotidianas, se asocia a una ideología de dominancia, está sumamente ligado a la conciencia de los sujetos, aparece como el efecto del sentimiento negativo hacia otro grupo de personas y, para ser más concreta y parafraseando a Wieviorka (1995): el prejuicio se ha caracterizado por el rechazo de los estereotipos “indelicados⁸³” dejando ver una discriminación evidente.

Ahora bien, debo enfatizar en que, aunque en la actualidad el prejuicio se encuentra en constante reformulación y actualización, este siempre responderá a una forma *más* de dominación, a una forma *más* de segregación y a una forma *más* de discriminación, lo que finalmente deviene y representa formas concretas del racismo.

La dimensión de las prácticas y la conducta

En cuanto a esta dimensión, Wieviorka (1995) menciona y define dos conceptos importantes: el de la segregación y la discriminación; específicamente el autor expone que dichas categorías son dos expresiones concretas del racismo, las cuales además podrían responder a la forma como operan las prácticas racistas. Siguiendo a Wieviorka la segregación es lo que mantiene al grupo racializado, es decir: la segregación condiciona y le reserva espacios a los que solo puede entrar o abandonar en determinadas condiciones, mientras que la discriminación se encarga de imponer un trato diferenciado en diversos ámbitos de la sociedad social, donde el individuo se somete a humillaciones por el *Otro*. Un ejemplo de esto, y retomando nuevamente lo que María⁸⁴ mencionó:

⁸² Es decir: cognitivo (creencias), afectivo (emociones).

⁸³ Es decir: falto de delicadeza.

⁸⁴ María, 26 años, Publicista y Diseñadora Gráfica, Vive en Inffiniti Center. Ciudad de México 9 de septiembre del 2019.

*M: “Aquí, claramente existe una distinción muy clara de lo **correcto** e **incorrecto**, quién está **bien** y quién está **mal**. Esta es una colonia de **blancos**, no es una colonia “**diversificada**” y mucho menos “**estéticamente abierta**”, si no cumples con esas “**políticas**” simplemente güey⁸⁵ no encajas”.*

Con esas coordenadas en mente, la segregación puntualmente limita al racismo en un espacio, es decir: “perfila figuras espaciales a través de mecanismos sociales espontáneos, de las conductas individuales en las que la movilidad social y movilidad residencial se entrecruzan sobre un transfondo de racismo, o a través de la intervención de las instituciones de las leyes, o de violencias más o menos toleradas por el poder político” (Wieviorka, 1995: 131). Sin embargo, debo aclarar que de la segregación de espacios no deriva necesariamente una cuestión racial, sino que dicha también responde y se articula a partir de otras categorías como a las condiciones económicas y sociales.

En cuanto a los espacios donde se da la discriminación racial, no es de desconocer que son cuantiosos y que muchas veces se confundirían con los de la segregación, ya que esta puede ser consecuencia de la misma discriminación. Aun así:

“Sabemos que las sociedades interpretan las diferencias con el otro, en función de si estas son mejores o peores que las suyas. El hecho de discriminar no esta solo vinculado al color de la piel sino también a un conjunto de referentes culturales que configuran al *Otro* como distinto: de dónde viene, con quién se lleva, qué hace, cómo se viste, de qué habla, cómo habla. La discriminación va a responder a estereotipos o imágenes mentales que se tienen del otro” (Iturriaga, 2016: 108).

Dicho esto, no podemos confundir discriminación con racialización, ya que, y como lo hemos dicho, discriminar responde específicamente a “la articulación de un acto de diferenciación y un ejercicio de exclusión” (Arias y Restrepo; 2010: 176); mientras que la racialización responde a otras dinámicas, lo que nos lleva a la pregunta ¿Cuáles dinámicas?

⁸⁵ Güey es una expresión coloquial para referirse a un amigo o compañero, aun así, también puede entenderse como una expresión que denota a una persona con falta de inteligencia. Ejemplo: ¡que güey soy, olvide el cumpleaños de Pedro!

¿Racialización?

Empecemos diciendo que dos significados se le han adjudicado al concepto de racialización. El primero responde a una irregularidad entre los grupos raciales en cuanto a una desproporción de los recursos, de los bienes y de los servicios; marcando una línea jerárquica dentro de estos mismos grupos, es decir dentro de la racialización se reconoce la existencia de las desigualdades y de las supuestas razas, se les asocia un orden socialmente jerárquico que responde específicamente a ese grupo; algunos ejemplos de esto son: la racialización de la pobreza, la racialización de la injusticia.

El segundo sentido que se le da a racialización, “deviene del proceso social mediante el cual los cuerpos, los grupos sociales, las culturas y etnicidades se les produce como si pertenecieran a diferentes categorías fijas de sujetos, cargadas de una naturaleza ontológica que las condiciona y estabiliza” (Banton, 1967), es decir la racialización, se define como:

“La producción social de los grupos humanos en términos raciales, lo que refiere razas son un constructo social histórico, ontológicamente vacío, resultado de procesos complejos de identificación, distinción y diferenciación de los seres humanos de acuerdo a criterios fenotípicos, culturales, lingüísticos, regionales, ancestrales, etc”⁸⁶.

En palabras de Arias y Restrepo (2010):

“el concepto de “racialización” como el instrumento analítico referido al “proceso de marcación de las diferencias humanas de acuerdo con los discursos jerárquicos fundados en los encuentros coloniales y en sus legados nacionales. Esta distinción entre “raza” y “racialización” les “permite enfatizar la ubicuidad de la raza y la racialización, pero subrayando los específicos contextos que configuran el pensamiento y práctica racial (Appelbaum et al., 2003: 2-3)”. (p.50)

⁸⁶García, Campos Alejandro, Racialización, racialismo y racismo: un discernimiento necesario. https://www.academia.edu/6283861/Racializaci%C3%B3n_Racialismo_y_Racismo._Un_discernimiento_necesario, (10 de noviembre de 2018)

Ahora bien, hecho el análisis de los conceptos de raza, racismo y racialización, debo precisar que, independientemente del origen y de la larga discusión que estos generan, no deben tomarse como una entidad homogénea, por el contrario, se debe suponer que la existencia de las múltiples nociones de raza como de los múltiples racismos los cuales varían, se transforman y se configuran.

Teniendo esto en mente y como punto de partida, el siguiente apartado emprende un recorrido antropológico de lo que la raza y racismo refieren en México, dejando entre ver cómo en México se han construido procesos racistas, emprende la búsqueda sobre cuál ha sido su historia, cómo se han reconocido estos procesos y, finalmente, sobre cómo se expresa el racismo social.

Las tres R en el contexto mexicano

Tanto los mexicanos como los extranjeros que vivimos en este país hemos escuchado y leído sobre el mestizaje; la escuela, la radio, los periódicos y los medios de comunicación han sido responsables de la propagación de este discurso al grado que se considera como una verdad casi indiscutible. Se nos ha dicho que los mexicanos son mestizos porque su descendencia viene de un padre español conquistador y de una madre indígena conquistada y sujetos afrodescendientes esclavizados.

La leyenda misma sostiene que los mestizos nacieron como una nueva clase de seres humanos, “preservando” los mejores atributos de las tres “razas” y que, a la vez, su mezcla biológica ha tenido consecuencias culturales en la medida que absorbió diferentes cualidades de los grupos inmigrantes que llegaron a sus costas (africanos, asiáticos, etc.). Desde la perspectiva de la leyenda, esta mezcla cultural y racial no solo cambió sus cuerpos, sino también cambió la religión de forma sincrética a un cristianismo, cambió la cultura estableciendo una “mestiza” y nacional, cambió la forma de pensarse y representarse; en síntesis, lo que propone la leyenda es que ser mexicano es ser mestizo y ser mestizo significa ser mexicano.

Indudablemente considero que no es suficiente quedarnos con estas apropiaciones, es evidente que esta construcción del mestizaje ha atravesado y marcado a México de formas impensables, es por esto que siento la necesidad de estudiar y analizar esta noción a profundidad para entender el racismo contemporáneo en la colonia Santa Fe y desde ahí, entender y vislumbrar esas lógicas raciales que se producen dentro de esta colonia y más aun, dentro de la plataforma Tinder, vehículo a través del cual me tropecé con esta problemática.

Tesis y antítesis del mestizaje

Vale la pena señalar que estudiar el mestizaje concita volcar una mirada en sus propias voces. Es evidente que su estudio no solo guarda estrechas relaciones frente a su historia, también acarrea usos, difusiones, valores y atributos de lo que el mestizaje significa en México. Dicho esto debemos precisar que:

[...] “México fue un país indígena a lo largo de su historia prehispánica hasta la conquista española. Los indígenas se rigieron a sí mismos creando una civilización desarrollada y avanzada. Los aztecas fueron la culminación de esta larga historia independiente de México y la cumbre de las realizaciones culturales de la civilización indígena. Las grandes civilizaciones prehispánicas son el origen de la nación mexicana. Con la llegada de los españoles y la conquista de los aztecas en 1521, se inició un período radicalmente diferente en la historia de México. Los indígenas fueron derrotados y sometidos a la dominación española y se convirtieron en un grupo marginado, explotado y relegado. La explotación económica, la imposición del catolicismo y las epidemias que asolaron a la población indígena destruyeron la civilización prehispánica, de manera que las culturas indígenas coloniales se convirtieron en meros vestigios degradados de las glorias de sus antepasados”.
(Navarrete; 2004:9)

Como efecto de la colonización, a la mezcla entre mujeres indígenas y hombres españoles se les nombró mestizos; los cuales se posicionaron de tal manera como la nueva sociedad

mexicana y con la independencia de México, los mestizos se convirtieron en el grupo dominante de la nación generando una identidad mexicana, adicional:

“por su origen dual, los mestizos encarnaban todas las virtudes de México: por su raíz indígena eran orgullosos herederos de la milenaria tradición cultural indígena prehispánica, mientras que su raíz española los hacía partícipes de la cultura occidental y por ende de la modernidad en la que México debía participar”. (Navarrete; 2004:11)

Debo precisar que al mestizarse México no derivó una unificación y aceptación total, por el contrario, lo que promovió este proceso fue que tanto los indígenas, como los grupos de origen europeo proclamaran **un reconocimiento de sus valores y diferencias culturales**, lo que podría significar y argumentar esas adecuaciones culturales que vemos hoy en día. Es decir, que gracias a la independencia Mexicana se consolidó la gran capacidad que tiene este pueblo en integrar los diferentes grupos humanos preservando su cultura milenaria y adoptando una cultura progresista y moderna, lo que finalmente se traduciría en una identidad mestiza nacional.

Lo escrito hasta aquí es un pequeño bosquejo de una realidad alterna de lo que el mestizaje y la independencia mexicana significa. Como lo dije anteriormente, no pretendo entrar a detalle sobre su historicidad y complejidad, lo que busco es problematizar esos dos puntos de la tesis del mestizaje: *los mexicanos son mestizos porque su descendencia viene de un padre español conquistador y de una madre indígena conquistada; “El mestizaje vendría a significar, de este modo, el conflicto que ha implicado la oposición de la cultura blanca respecto a la no blanca”*. (Bracho; 2009: 65)

Sin lugar a duda, estas premisas fundadoras, se centran en la idea de que el mestizaje fue concedido “gracias” al sometimiento de una mujer indígena por parte un hombre español, lo que podría significar que todo aquel que fue concebido bajo esta norma era un ser mestizo, el cual fue perpetuado y cosificado por una elite blanca. Aun así, y parafraseando a Federico Navarrete (2004): es preciso tener en cuenta que la historia del mestizaje precisa que los

conquistadores españoles no trajeron consigo muchas mujeres de la península, por lo cual acudieron a favores, violaciones y sometimientos sexuales hacia las mujeres indígenas de este país, de ahí que naciera el ideal de “*raza mestiza*” - *ideal que operó como ideología de ese tiempo*-. En ese sentido el mestizaje *no se realizó únicamente* entre hombres blancos europeos y mujeres indígenas, ya que es bien sabido que en México en la época de la conquista no solo convivieron mujeres indígenas y hombres españoles, también estaban los migrantes de Asia, África, del Medio Oriente como de otras regiones, los cuales también, en su gran mayoría fueron esclavizados por las empresas coloniales. Lo que deviene que el sistema de castas de esa época no solo estuviera precedido por el ideal mestizo sino también por la conformación de una población “mulata”, “chinos”, “jarochos” entre otros (ver Ilustración 13).



Ilustración 13. Sistema de castas colonial: Las dieciséis combinaciones principales.

Fuente: Obra anónima - Museo Soumaya

Lo que significa que la teoría de que los mexicanos son mestizos porque su descendencia viene de un padre español conquistador y de una madre indígena conquistada, es en si misma artificial, puesto que se desdibuja todos los otros actores participantes del proceso de natalidad de este país. Por otro lado, esto también significa que en la realidad histórica la mezcla biológica entre las personas de diferentes continentes no significó siempre lo mismo; el ser mestizo no significaba únicamente un color de piel o unos rasgos físicos visibles; también significaba unos dones y privilegios de la crianza; por ejemplo, a “los primeros hijos de españoles y mujeres indígenas nacidas en el siglo XVI, se consideraban indígenas si eran criados por sus madres y familias, se consideraban españoles si eran reconocidos y criados por sus padres” (Navarrete; 2016:11), un ejemplo de esto es el caso particular de Martín Cortés⁸⁷.

Es preciso indicar que “lo que llamamos equivocadamente mestizaje no fue la culminación de un proceso de 300 años, sino un fenómeno radicalmente nuevo, producto de la modernización capitalista y de la consolidación estatal, que implicó el cambio de idiomas, de cultura y de ideología política de la mayoría de la población, así como la definición de una nueva identidad nacional”. (Navarrete; 20016: 123), por lo que muchos mexicanos en la actualidad se asumen como mestizos, reconociendo diferentes aspectos de la combinación del origen europeo y del origen indígena, aunque se inclinen más por los aspectos españoles; lo que demuestra que esas ideas coloniales de la pureza racial y de cosificación de lo indígena se encuentre atravesado un sentimiento racista y diferencialista.

Por ahora, debo hacer un paréntesis acá, pues en muchas ocasiones cuando escuché hablar a las personas entrevistadas que colaboraron en esta investigación, sobre qué significaba ser mexicano para ellos, estos expresaban que ser mexicano era:

⁸⁷ Martin Cortes: “Hijo del conquistador Hernán Cortés y de Juana de Zúñiga y segundo marqués del valle de Oaxaca, primer mestizo mexicano, considerado como español y un conquistador”. Diccionario de Historia de España. Cortés, Martín http://www.cervantesvirtual.com/bib/portal/exploradores/pcuartonivel60d5.html?conten=exploradores&pagina=viajeros2_martincortes.jsp&tjt3=1532,+Mart%EDn+Cort%E9s (1 de Mayor del 2019)

1: *“Ser mexicano es ser alegre, amable, hospitalario, familiar. Ser mexicano, es ser un chingón⁸⁸, ser diferente, ser fuerte, ser guerrero... Ser mexicano, representa la comida, representa una cultura, representa una tierra, un pueblo, representa la alegría, las ganas, la fuerza”⁸⁹.*

2: *“Hmmm... Es algo que para serte honesta no me lo cuestioné sino hasta radicar en el extranjero y nuevamente con el temblor del 19 de septiembre de 2017. Ser nacional de cualquier país para mi significa tener una identidad; ideas, costumbres, tradiciones comunes, pero en muchos casos todos esos conceptos caen en el cliché. En mi caso no consumo picante, no me gusta la música vernácula, no como tortillas, no visito a la Virgen de Guadalupe cada 12 de diciembre, no soporto el fútbol, nunca me he vestido de mariachi y pocas veces he montado un caballo o portado un sombrero... ¿Soy menos mexicana? Cuando pienso que parte de la identidad mexicana es la alegría (tal vez nos reímos de situaciones que no son cómicas), el trabajo duro, la esperanza de un futuro mejor, la familia como valor fundamental, la solidaridad y compasión ante situaciones de emergencia. Con eso me identifico”⁹⁰.*

3: *“Ser mexicano, representa la comida, representa una cultura, representa una tierra, un pueblo, representa la alegría, las ganas, la fuerza, ser mexicano es un orgullo solo por el hecho de haber nacido en esta tierra con todos sus colores y raíces, ser mexicano es llevar una bandera en el corazón”⁹¹.*

Lo que nos deja ver sus relatos, es que su identidad mexicana está precedida por un valor experiencial, más que unas raíces europeas e/o indígenas; es decir, el mexicano tiene una pertenencia por sus raíces, por su cultura, por su comida, pero estas no son valoradas netamente por un proceso de conquista, lo que significa que ser mexicano no lo determina lo

⁸⁸ Chingon es una expresión coloquial para referirse a una acción o algún evento divertido o interesante

⁸⁹ Fernanda Castell, 28 años, mánager de agencia de Publicidad BTL. Vive en la misma zona del estudio de esta investigación. Ciudad de México 9 de noviembre del 2018

⁹⁰ Karla Méndez, 35 años, Abogada. Vive en la misma zona del estudio de esta investigación. Ciudad de México 9 de mayo del 2018.

⁹¹ Claudia, 26 años, Administradora de propiedades. Trabaja en la zona de esta investigación vendiendo su departamento. Ciudad de México 8 de agosto del 2018.

mestizo, “lo determina la cultura, la identidad y la forma de pensar de una persona es su entorno social, su educación, sus amistades y sus referentes culturales, no su origen “racial”. (Navarrete; 2004: 95)

Ahora bien, Federico Navarrete (2017) en una entrevista publicada por el periódico El País⁹² expuso que:

“Para la mayoría de los mexicanos, el ser mexicano es una experiencia personal, una serie de discriminaciones y pequeñas humillaciones que muchas veces no sabes a qué se deben. Las vivimos como momentos de vergüenza. No las entendemos y no las interpretamos como una práctica racista que obedece a una lógica cultural, social y económica”, donde “el mexicano se dice mestizo, pero el argumento es contradictorio: ser mestizos, ser una sola raza, ya es racismo. Se está excluyendo a los indígenas y automáticamente se les impone incorporarse a lo mestizo”.

Así las cosas y como se ha logrado evidenciar, la producción del sujeto mestizo e indígena es en realidad un proyecto destinado al blanqueamiento de las razas originarias del continente americano y a su vez es la homogenización de las razas desde el punto de vista europeo.

En definitiva y como lo plantea Mónica G. Moreno Figueroa (2012), “en México, las/os mexicanos no se reconocen como sujetos racializados, sino como sujetos nacionales. Así, el reconocimiento del racismo no está precedido por la identificación racial y pertenencia al grupo ‘mestizo’” (p. 2) o otros grupos poblacionales. A lo que voy con esto es que en México, el “Reconocer el racismo es declarar formalmente la existencia de una práctica discriminatoria. Reconocer el racismo en un contexto como el mexicano involucra traer lo irreconocible a los límites del reconocimiento” (p. 4), y aunque francamente sabemos que esto no solo se limita en el contexto mexicano, sino que por el contrario transita a nivel “mundial”.

⁹²Pérez, David. “El mestizo mexicano quiere lo más blanco posible”. https://elpais.com/cultura/2017/06/23/actualidad/1498245328_147788.html (12 de febrero del 2019).

H: “La raza se vive y se siente diferente en México. La racialización mexicana es diferente a la que se vive en Latinoamérica...la discriminación y la racialización a nivel social es un rollo⁹³, a nivel emocional es otro rollo... estos son procesos ya naturalizados hegemonicamente por la gente”⁹⁴.

En el caso de México, se habla de un racismo estructural basado en el discurso del mestizaje, aun así, es importante resaltar que: “El mestizaje no fue un proceso biológico, por el contrario, fue un concepto desarrollado por el gobierno mexicano en el siglo XIX y principios del XX para difundir la ilusión de la igualdad entre los ciudadanos. Sin embargo, este concepto no busca el equilibrio entre las dos poblaciones fusionadas (española e indígena), por el contrario, siembra la ilusión de un “blanqueamiento”, mediante la aspiración a adoptar formas de vestir, hablar y comportarse europeas, rechazando las indígenas y tradicionales. Además, el mestizaje español-indígena excluye a otras poblaciones importantes que han vivido en México desde la conquista, como lo son los afrodescendientes, los asiáticos, los judíos, los árabes, etc. Incluso, desde el punto de vista histórico, el mayor mestizaje que hubo en México fue el de la población afro con los indígenas, y no el que se dio por la mezcla de españoles e indígenas” (Navarrete; 2004: 28).

En otras palabras, el racismo en México no sólo se ha materializado en el ámbito político, sino que este ha trascendido al campo de lo estético, donde la circulación de estos discursos se produce y se masifica en la vida cotidiana de los habitantes y como lo plantea Mónica Moreno Figueroa (2012), en el caso de México en particular se habla de una variación de racismo auto-inducido que fluctúa entre el blanqueamiento a través de la limpieza de la historia de los antepasados de una persona, hasta el reconocimiento de un pasado que ha sido y es mejorado a través de la consolidación y pertenencia a una etnicidad nacional.

⁹³ Rollo, es una expresión coloquial para referirse a: asunto o tema

⁹⁴ Hunter, seudónimo con el cual se representa, un hombre heterosexual de 26 años, maestro en Estudios de la Imagen de la UAM-X. Ciudad de México Entrevista grupal realizada el 9 de septiembre 2018

Un México contemporáneo racista

Vale la pena recordar que el reconocimiento del racismo en México no está precedido únicamente por la identificación racial; es bien sabido que en México existen y persisten otro tipo de clasificaciones como lo son el de la clase social, el del idioma, el de la residencia geográfica, el de la pertenencia de un grupo específico, etc. Así las cosas, específicamente esta sección emprende en un recorrido a fin de esclarecer las diferentes formas en que se práctica el racismo en la ciudad de México, desde lo más íntimo y personal, hasta las anecdóticas que se producen y se propagan en los diferentes los medios de comunicación como los que suscitan en la calle.

Voces del racismo

Diario de campo

5 de marzo de 2019

*Tan privados como públicos,
tan discretos que ya no son un secreto.*

Hoy, he vuelto a tener esa conversación. Esa conversación, que no siempre inicia por mi... Esa conversación a la cual NO le huyo, por el contrario, siempre quiero ser parte de ella. Esta vez fue con Don Fernando. ¿Don Fernando? Don Fernando es un señor que se dedica a recoger y transportar usuarios de Uber⁹⁵, es un señor de avanzada edad, de tez morena, quien tiene un bigote muy al estilo mexicano (al estilo de Pedro Infante⁹⁶), tiene unos lentes cuadrados los cuales hacen que sus ojos se vean pequeños, tiene unas manos pesadas... o bueno así lo vi yo...esto me hizo pensar que quizá toda su vida fue un hombre trabajador. Paréntesis acá: Todo el discurso de Don Fernando a mi parecer era de una persona escolarizada (digo esto emitiendo un juicio de valor, sé que no es correcto, pero aun así debo reconocer que en toda nuestra conversación Don Fernando me sorprendió con un lenguaje

⁹⁵ Uber: empresa de tecnología, que suministra una aplicación para los usuarios que buscan opciones de transporte.

⁹⁶ Pedro Infante: Cantante y actor mexicano, ícono de la Época de Oro del Cine Mexicano.

y unas expresiones de “conocimiento” ... lo que me hizo pensar que era un profesional... quizá un abogado).

Volviendo al tema, como casi todas las conversaciones que mantengo con los conductores que me recogen (no es que tenga conductor privado, solo que no tengo coche y vivo en lugar retirado y necesariamente para salir de mi casa debo pedir un servicio transporte), esta también empezó justo después de escuchar mi acento... inicia casi siempre con las mismas preguntas “¿colombiana?”, “¿hace cuánto llevaba viviendo en México?, ¿cómo la han tratado?” Preguntas a las cuales siempre respondo sin titubear: “Llevo ya un año y medio, es un país maravilloso, hasta el momento no tengo queja alguna” (O bueno sí tengo, pero no me gustaría discutir las abiertamente con alguien que acabo de conocer, además la verdad, nunca he entendido el interés que tienen las personas por saber de dónde eres o por cómo te ha tratado el país... quizá es porque desean escuchar elogios de su país y más cuando vienen de una extranjera, o tal vez solo lo hacen porque quieren hacerte sentir cómoda en tu estancia y darte mil recomendaciones (comida, restaurantes, museos, actividades, etc.).

En fin, volviendo al tema de Don Fernando, debo admitir que no tuve interés por su vida íntima (al final, quién soy yo para preguntarle a un desconocido sobre sus cosas personales)... aun así sin preguntar, supe que estaba casado y que tenía dos niñas: una de 26 y una de 14, que su hija la mayor estaba a punto de recibir su título de licenciatura y que actualmente estaba buscando empleo; que la menor ya estaba por salir de la preparatoria y que vivía por la colonia Juárez.

Lo importante de mi conversación de ayer, no fueron las “intimidaciones” de Don Fernando, si no el momento en Don Fernando me dijo: “Señorita, México es un país muy lindo para vivir, México tiene mucha cultura, una comida sabrosa, pero también... puede ser un lugar muy feo, acá no respetan y tratan mal a los que son diferentes, este país es muy racista”.

Sin lugar a duda esta frase desató todo un “debate”, claramente un debate con respeto y sobre todo escucha de mi parte (cómo no voy a escucharlo si en definitiva es de mi interés el tema). Los siguientes 35 minutos de camino, escuche a Don Fernando hablar de muchas cosas: empezó diciéndome que significaba para él ser mexicano: “Señorita, el ser mexicano representa orgullo, es una chingonería⁹⁷, somos talentosos, etc.”; el cómo él había sido

⁹⁷ Según el Diccionario Breve de Mexicanismos 2006. Chingonería responde a un aspecto “excelente” sobre alguna actividad o rama del saber.

*discriminado: “a mi una vez, no me dejaron entrar al Centro Comercial de Samara⁹⁸, porque iba en pantaloneta y con chanclas”; del cómo su hija es discriminada en las vacantes de trabajo: “Señorita, estamos buscando alguien con otro perfil; necesitamos alguien un poco más alto porque es para promocionar un producto, del cómo él y su esposa han “sufrido” de primera mano la discriminación y racialización por parte de sus propios amigos y hasta familiares: “compadre, usted sí salió bien moreno”, “comadre, búsquese otro esposo, para que **mejore** la familia”.*

*Sin lugar a duda todos sus comentarios para mi adquirirían valor en la medida que él me contaba su historia, pero hubo uno en especial que quedó resonando en mi cabeza por horas: “Señorita es que ser un **moreno** o mejor dicho un **mestizo** con rasgos más **indigenizados**, no es nada bueno acá en la ciudad de hecho en ningún lado”.*

Al bajar del coche pensé que indiscutiblemente muchas de las perspectivas que comparte Don Fernando, son sincronismos que comparten otros sujetos, al final no era la primera conversación que había tenido... no era la primera vez que sentía un malestar similar... no estoy diciendo que sea un discurso generalizado, solo que si he escuchado esto varias veces... Hoy mas que nunca me pongo a pensar que en estos discursos existe un racismo oculto, existe unas posiciones privilegio, unas condiciones de clase, unas dinámicas de racialización. Dinámicas de racialización que van de parte y parte, del que dice qué le pasa y el que dice qué le hacen, el que las piensa y no las dice, el que las piensa y sí las dice... Finalmente, todo un efecto bola de nieve.

Racismo político

Un caso de racismo viralizado en redes sociales fue protagonizado por el entonces titular del Instituto Nacional Electoral (INE), Lorenzo Córdova en el 2015, quien se burló de los

⁹⁸ Centro Comercial Samara: Es considerado como un Fashion Mall, ubicado en un edificio corporativo en la colonia Santa Fe.

indígenas *chichimecas*⁹⁹ de Guanajuato, mediante una llamada telefónica. En el audio publicado en YouTube¹⁰⁰, se escucha al funcionario diciendo:

“Había uno, no mames, no te voy a mentir, te voy a decir cómo hablaba este cabrón”, dice Córdova, al imitar con voz grave y burlona: “Yo jefe, gran nación chichimeca, vengo Guanajuato¹⁰¹. Yo decir aquí o diputados, para nosotros, yo no permitir tus elecciones... “No sé si sea cierto que hable así ese cabrón, pero no mames... O vio mucho Llanero Solitario, con eso de toro cabrón, cabrón, no mames, sólo le faltó decir ‘yo gran jefe toro sentado, líder gran nación Chichimeca, no mames, no mames, está de pánico cabrón”.

Lo problemático y controversial de este audio derivaba de quien lo enunciaba, ya que Lorenzo Córdova era en su momento el consejero electoral y al expresar estos comentarios racistas y discriminatorias, puso en juego todas las políticas gubernamentales existentes.

Racismo Digital

En el 2015, la empresa Coca-Cola lanzó en la red social YouTube una campaña publicitaria donde se mostraba a un grupo de jóvenes de tez blanca y aparentemente acomodados yendo a un pueblo de la sierra de Oaxaca¹⁰², Totontepec; dentro de esta producción los jóvenes construían un árbol de navidad y compartirán con la comunidad una hielera llena de refrescos bajo el lema "Permanezcamos unidos"¹⁰³.

⁹⁹ Debo aclarar que “para conocer los orígenes de la Cultura Chichimeca hay que echar un vistazo a las fuentes escritas que se tienen del siglo XVI. Según las mismas, los primeros Chichimecos llegaron a Mesoamérica alrededor del siglo XIII, siendo su primera parada Tollan Xicocotitlán. A partir de entonces se trasladaron a diversas regiones del sur hasta llegar finalmente al valle de México. Aunque los chichimecas eran una población específica, en realidad los españoles nombraron como tal a todos aquellos pueblos que habitaban en la zona del valle mexicano. En la época de la conquista existían cuatro poblaciones importantes de Chichimecas: Guamares, Zacatecos, Guachichiles y Pames. Muchos de ellos sin apenas conocimiento de agricultura, siendo en su mayoría cazadores y recolectores. La parte de los Chichimecos a la que se consideraba algo más desarrollada era aquella que se asentaba cerca de fuentes de agua, tales como ríos o manantiales.” Culturas. online. Cultura chichimeca: Un pueblo de guerreros y expertos cazadores. <https://culturas.online/chichimeca/>. Recuperado y disponible (30 de enero del 2020).

¹⁰⁰ Video disponible: https://www.youtube.com/watch?time_continue=99&v=sMZG2SbtsxU

¹⁰¹ Guanajuato es un estado central de México

¹⁰² Oaxaca es una ciudad del centro de México

¹⁰³ Expansión, ¿Coca-Cola hizo un comercial racista? Indígenas mixes hablan. <https://expansion.mx/negocios/2015/12/02/cocacola-hizo-un-comercial-racista-los-mixes-se-quejan>. (1 de junio 2019)

Conviene subrayar que lo problemático de la campaña fue que en ella se destacaba la discriminación que sufren algunas comunidades indígenas mexicanas, generando que tanto diferentes organizaciones civiles e indígenas, como usuarios de internet que vieron la campaña, denunciaran públicamente este hecho. Es preciso mencionar que, dentro de los reclamos de los diferentes usuarios unos de los más comunes era que en dicha campaña se estaba generando una condescendencia con la comunidad indígena devengando un trasfondo colonialista y unos estereotipos sobre los indígenas como subordinados culturalmente y racialmente. Indudablemente, tras las críticas de los usuarios, Coca-Cola se vio en la necesidad de darle de baja a esta producción audiovisual y dar disculpas públicamente a los usuarios.

Siendo coprotagonista parte uno

Diario de campo

5 de diciembre de 2018

*Me siento molesta, me siento triste,
me siento confundida.*

Eran aproximadamente las 9 de la mañana, entré al 7-eleven¹⁰⁴ a comprar un par de cosas que necesitaba, en mi recorrido por la tienda, vi una familia que reconocí como indígena de cuatro integrantes (una mamá, un bebe en un Fular¹⁰⁵, un niño de aproximadamente 4 años y un niño mayor 13 o 15 años), en mi recorrido y en la búsqueda de lo que necesitaba, me percaté de dos cosas: la primera es que el personal de la tienda los estaba siguiendo “a escondidas”, viendo que cogían, por cuál pasillo se paseaban. Era tan evidente su persecución que la verdad da risa y segundo de que esta mamá le decía en su idioma a sus dos hijos que no podían comprar eso que era muy costoso, o bueno ese fue mi lectura de los hechos ya que vi cuando ella extendía su mano y le mostraba a su hijo mayor un billete de

¹⁰⁴ 7-Eleven es una cadena multinacional de tiendas de conveniencia.

¹⁰⁵ Fular: es el sistema tradicional para cargar a los bebés, consiste en un largo trozo de tela el cual se anuda de diferentes maneras alrededor del cuerpo.

20 pesos y un par de monedas y acto seguido el niño devolvió las dos Coca-Colas que tenía en las manos, cogió una mas pequeña, regresó a la zona en la que yo estaba en ese momento y cambio su ponqué por dos más económico y nuevamente los vi haciendo cuentas.

Finalmente, después de pagar mis víveres, vi que me sobraban exactamente 26 pesos, le dije a la señorita de la caja que mi cambio por favor se lo diera a la mamá de los cuatro niños, que por favor se lo descontara de su cuenta (la verdad no quería acercarme directamente a la señora, pues no quería que sintiera que la estuve observando por varios minutos, no sé... este hecho siempre me ha parecido atroz, el te observo, te veo mal, yo estoy bien, te ayudo, pero te ignoro).

Lo triste de esta historia no fue ninguno de esos dos momentos; fue lo que pasó después de que salí de la tienda.

Volví y me quedé viendo por la ventana, si efectivamente el favor que le había pedido a la señorita se cumplía. Para mi sorpresa la cajera no le dijo nada, no hizo un gesto, no le dio el dinero, ¡no hizo nada! Vi como la señora pagaba con el dinero que ella tenia en sus manos. Espere hasta el ultimo momento con la esperanza de que la cajera sí le diera el dinero. ¡Nunca se lo dio!”. Finalmente, cuando la señora se fue con sus cuatro hijos, entré muy molesta y le hice el reclamo a la cajera y su respuesta fue: “Disculpé, lo olvidé”.

Me pregunto ¿Cómo es posible que lo olvide si la mamá era la siguiente en pagar? ¿Cómo es capaz esta señorita hacerle eso a los suyos?, ¿Qué le hizo tener ese gesto con esa señora?, ¿Si hubiera sido otra señora en otras condiciones las cosas hubieran sido diferentes?, se que son preguntas que no podre responderme, aun así ¡Ey que pasa con la gente! ¿Qué le pasa a la gente de esta colonia?

Casualmente tuve que volver como a la media hora, porque había olvidado comprar unas cosas y cuando estaba amarrando nuevamente a Clemente (mi perro) en la puerta, me



Ilustración 14 Anuncio 7-
Eleven

Fuente: Johana Rueda S

percaté que había una circular que decir: En este espacio, no discriminamos... (ver ilustración 14).

Qué ilógico y triste es esto, si se supone que es un espacio libre de discriminación, ¿por qué pasan estas cosas?, ¿por qué las empleadas miran mal a estas personas?, ¿por qué las separan?, ¿por qué las marcan y tildan como diferentes? ¿por qué vulneran sus derechos?

Siendo coprotagonista parte dos

Diario de campo

1 de diciembre de 2019

*... Ha pasado ya casi un año desde este hecho; ha pasado ya suficiente tiempo para darme cuenta de que tanto mis palabras, como mis actos reflejan un acto o una posición de “bondad”, o quizá lo quiero llamar así, quizá no es una bondad genuina, quizá no es una bondad auténtica, quizá no es realmente bondad, quizá lo único que estaba buscando era una justicia, quizá estaba actuando como justiciera, quizá estaba enfurecida por vivir en carne propia las diferencias y las desigualdades que se presentan en esta colonia, quizá vi vulnerable a una **MUJER**, a una familia, a unos niños, quienes sin lugar a dudas no tenían el “privilegio” de escoger las situaciones a las cuales se enfrentaban. Eso no quiere decir que yo tenga ese privilegio, pero quizá si tuve el privilegio de defenderla y marcar mi posición frente a esta situación, privilegio que ella no tuvo o quizá YO pensé que no lo tenía, quizá por pensar que no hablaba el mismo idioma o quizá por pensar que ella y su familia no pertenecían a esa “sociedad blanquita, elitista, clasista”, que yo en su momento había apropiado como mía. Qué gran error tomarse las cosas por sentadas, qué gran error pensar que yo era diferente a ella ¿quizá superior?, qué gran error victimizarla, ¡qué gran error pensar que ella no hacía parte, cuando siempre será parte!... ooh ¿será me estoy sacralizando por no entender como operan estas dinámicas? No lo se, solo se que no me siento conforme con esta situación y con muchas otras que vivo casi a diario.*

Las anécdotas anteriores son solo unos ejemplos de los muchos casos donde se presenta el racismo en México; quise traer a colación estos cuatro casos en particular, porque en ellos veo cómo opera el racismo dentro de la ciudad, cómo operan unas ideologías de dominación y subordinación, cómo opera el racismo como violencia normalizada, veo cómo los medios de comunicación perpetúan el racismo, cómo a pesar de que México es un país multicultural y diverso, existen y persisten unas lógicas de diferenciación y jerarquización; pero lo más importante, veo cómo la población es medianamente consiente de este hecho pero a la vez inocente de sus prácticas racistas. Entiendo que el racismo se comporta de forma distinta en función de los contextos en los que se reproduce, por lo que sería contradictorio tomar por supuestos lo que mencionamos anteriormente para decir que "así son las cosas".

Finalmente, lo cierto es que el racismo es una realidad constitutiva y constituyente de la modernidad¹⁰⁶, particularmente en dos géneros de esa modernidad: la modernidad esclavista y la modernidad colonial, ahora bien, sumado a esto y a pensar de que no se trata de un problema que ha quedado en la calle o en el voz a voz; el racismo y estas dinámicas racistas se han trasladado a otro tipo de plataformas como lo es el internet y a las redes sociales, las cuales son unas de las herramientas más controversiales de la era actual, no solo por el hecho de que albergan un gran número de usuarios sino también porque son capaces de almacenar y reproducir ciertos discursos ocultos pero a la vez públicos¹⁰⁷ de cómo se representa y se vive el racismo.

Así las cosas, cabe señalar que el comportamiento del racismo en estos contextos virtuales es aún un campo de estudio por explorar, sobre todo en lo relativo a las peculiaridades que tienen estos espacios, ya que en ellas no solo ocurren interacciones que se produce socialmente, sino también se nutren de una tecnología cuya base es también social, lo que

106

¹⁰⁷ Cuando hago referencia tanto a los discursos públicos como ocultos, acudo a las ideas que propone James Scott (2004), quien especifica que los discursos públicos: son todos aquellos que se hacen visibles y omnipresentes, es decir un discurso público tiene lugar en espacios públicos, en los que se dicen y se pronuncian las "cosas" de frente, los que tienen un lenguaje y una forma "políticamente correcta" al contrario del discurso oculto que son y es "secundario en el sentido de que está constituido por las manifestaciones lingüísticas, gestuales y prácticas que confirman, contradicen o tergiversan lo que aparece en el discurso público" (p.28) es decir el caso del discurso oculto, son todos aquellos discursos valga la redundancia que se producen fuera de escena "más allá de la observación directa" (p. 28), son discursos que tienen lugar en espacios privados, en la intimidad, los cuales finalmente son reservados a autores que entienden el mismo sistema de códigos.

finalmente nos deja entrever la importancia que adquieren los espacios virtuales frente a la propagación tanto de valores culturales como de los discursos racistas.

Es por ello por lo que en el siguiente capítulo pretendo vislumbrar las tensiones que se producen entre el plano offline y online, partiendo de la base de que el internet, las redes sociales y finalmente los sitios de citas online, han creado una cultura cibernética, la cual ha dotado a los usuarios de un anonimato para representar, auto representar y ejercer dinámicas de racialización.

Capítulo III

Los dones de la realidad virtual: voces, discursos y representaciones en Santa Fe

Empezare diciendo que las redes sociales¹⁰⁸ son el espacio para ser público, en el sentido que han crecido hasta el punto de convertirse en las plazas públicas más grandes que existen en la sociedad actual, puesto que han sido “responsables” de un desdibujamiento de esa frontera intangible de los mundos Online y Offline.

Ahora bien, no es de desconocer que la presencia de un usuario en una RS está mediada por la condición de que “nadie publica para no ser visto”, puesto que el usuario no solamente se presenta en las RS como un “@”, sino que además establece patrones identitarios a fin de ser reconocido por los otros usuarios. De igual modo, recordemos que dichos accesos le permiten al usuario generar un anonimato para confeccionar nuevas dinámicas de socialización, como un recurso para expresar con libertad opiniones que de otra manera no podrían ser.

En ese sentido, es importante no dejar de lado que en el internet y las RS cada vez resulta más sencillo publicar contenidos, lo que no necesariamente implica que se trate de mensajes de mejor calidad, sino que por el contrario y como lo plantea Contreras (2015) son:

¹⁰⁸ De ahora en adelante RS

[...]“un espacio beligerante de bandos enfrentados. Es un verdadero campo de batalla, profundamente contaminado de intereses económicos, políticos, religiosos, ideológicos y sobre todo: intereses psicológicos, porque lo aceptemos o no, la meta final de todos estos intereses es hacerse con la emoción de los usuarios, y a juzgar por lo que vemos actualmente, tanto en los contenidos de la red, como en las respuestas que éstos generan en los usuarios, la emotividad —la mayor parte del tiempo, violenta y visceral—, prevalece por encima del raciocinio y la reflexión”. (p.77)

Al fin de cuentas, un anonimato que permite que los usuarios se escuden bajo esta herramienta para condenar rápidamente y ejercer un bullying¹⁰⁹ cibernético masivo para linchar, discriminar o excluir, virtual- y realmente - a determinados usuarios y sectores de la sociedad. Es decir y para ser más precisa, las RS pasaron de ser inocentes y únicamente nacidas para la diversión a ser plataformas dependientes para la visualización y socialización, discriminación y racialización de los mismos usuarios que la usan.

Establecido este paisaje y con el animo de continuar, recordemos que en los capítulos anteriores he tratado de construir y deconstruir la colonia Santa Fe como ese espacio beligerante, donde se presentan y se proyectan ciertas dinámicas y discursos, muchos de ellos invisibilizados y otros tantos visibilizados, pero finalmente discursos y dinámicas que se proyectan y transitan en los espacios offline. Reconozco que, dentro de ese panorama ya planteado, ha quedado desdibujado el cómo estas dinámicas operan en los espacios online; es por esto que este capítulo constituye ese panorama, que parte del cómo una colonia, además de caracterizarse por sus cualidades económicas, su gente, sus legados y sus transformaciones, es atravesado por una cultura de economía citadina hiper-conectada con otros mundos virtuales. Me atrevo hacer esta afirmación puesto que el internet ha adquirido un papel “fundamental” para la vida cotidiana de los usuarios, no solo porque ha generado nuevos entornos de comunicación libres de las coordenadas espaciales y temporales, sino también porque, hoy por hoy, son los principales motores de desarrollo de la sociedad,

¹⁰⁹ Bullying, es la exposición que sufre un individuo a daños físicos y psicológicos de forma intencionada y reiterada por parte de otro. Cuidate Plus, ¿Qué es el Bullying? <https://cuidateplus.marca.com/enfermedades/psicologicas/bullying.html> (16 de diciembre del 2019)

generando un beneplácito social, y más aun cuando se habla y se conecta con la población de Santa Fe.

Así las cosas, es preciso señalar que las RS específicamente, han sido esos espacios adheridos en la Web como mecanismo de comunicación y de interacción entre los usuarios, en donde se fomentan nuevos códigos, lenguajes y conductas “sociales” (todos diferentes dependiendo del espacio que se analice).

Este capítulo que emprende, es un recorrido y una contextualización tanto de la historia de las RS como del análisis de la red social que nos compete: *Tinder*, partiendo desde sus inicios y su funcionalidad, pues lo que buscan los siguientes apartados es vislumbrar cómo la configuración del ciberespacio se adaptó como un *escenario de posibilidad* para represar y auto-presentar, ejercer y promover discursos racistas y racializadores; visto desde la lógica, crítica y perspectiva de los usuarios de Tinder de Santa Fe.

Las tensiones del plano offline y online

Me gustaría iniciar con una posible definición de lo que es una RS digital, para esto considero necesario hacer un pequeño desglose de lo que el concepto refiere: Red en el diccionario de la RAE, hace referencia al *conjunto de elementos organizados para determinado fin*; Social: *refiere a la pertenencia o a lo relativo a la sociedad*, y Red Social: *a una plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios*¹¹⁰.

No obstante, en el mundo del Marketing Online se suelen confundir los términos de Social Media y Redes Sociales; Angeles Gutiérrez Valero (2013), explica que: “Social Media, como su propio nombre indica, se refiere a los Medios Sociales, es decir, al conjunto de plataformas, herramientas, aplicaciones y medios de comunicación con los cuales creamos conversación, interacción, colaboración y distribución de contenidos entre usuarios”¹¹¹,

¹¹⁰ Real academia española. Definiciones. <https://dle.rae.es/?id=VXs6SD8> . (3 de Junio del 2019)

¹¹¹ Valero, Angeles, Redes Sociales y Social Media: ¿Cuál es la diferencia? <https://www.puromarketing.com/16/15112/sociales-social-media-cual-diferencia.html> (4 de septiembre del 2019)

mientras que “Red Social¹¹², es una enorme estructura social formada por grupos de personas con intereses comunes, pensamientos iguales, conectadas y construyendo lazos a través de comunidades. La *red social* es, por tanto, la creación de vínculos y conexión entre personas a través de los medios sociales”.

Entonces, la definición de red no solo simplifica un conjunto individual de personas u objetos, sino que por el contrario involucra a otros agentes y elementos que, al unirse, cumplen un mismo objetivo. En cuanto a lo social debemos recordar que cuando hablamos de sociedad hacemos referencia a un conjunto de individuos que comparten una misma cultura, lo que hace que social tome sentido si se ve desde el sentido de pertenencia y a una relación con los demás. Al hablar de RS se debe entrever que son los sitios de internet formados por comunidades de individuos con interés o actividades en común, es decir que una RS es una comunidad virtual en la que los usuarios intercambian gustos, necesidades e intereses con el fin de establecer lazos de conexión entre millones de personas.

Consideremos que el origen de las RS data aproximadamente de 1997¹¹³, con la aplicación llamada *Sixdegrees*, cuyo fin era permitir al usuario crear un perfil en la web e intercambiar mensajes entre los usuarios; no es de desconocer que en las últimas décadas las RS han experimentado una gran evolución, que se traduce en multiplicidad y diversificación de las posibilidades de estos medios. Baste como muestra si observamos el informe emitido por Hootsuite (2019)¹¹⁴ (ver ilustración 15), vemos que a enero del 2019 se encuentran 4.388 billones de usuarios activos en internet, de los cuales solo el 21% de ellos no se encuentra activos o no participa de alguna red social, lo que denota la multiplicidad y la capacidad que ha tenido el internet de integrar diferentes grupos poblaciones a su plataforma. Si hacemos un ejercicio de indagación en internet podemos vislumbrar una gran multiplicidad y tipos de RS, pongamos como caso las redes genéricas (Facebook, Instagram, Twitter, etc.), o las redes profesionales cuyo fin y como sus nombres lo indican, se enfocan en la búsqueda ofertas

¹¹² En inglés es: Social Network

¹¹³ Bubot. Historia de las RS desde 1997 hasta hoy. <https://bubot.es/historia-de-las-redes-sociales-desde-1997-hasta-hoy/>. (01 de febrero del 2019)

¹¹⁴ Hootsuite, Digital in 2018 Global Overview from We Are Social. <https://wearesocial.com/es/blog/2018/07/superamos-los-4-mil-millones-de-internautas-eso-y-mas-en-digital-2018> (5 de mayo del 2019)

laborales (LinkedIn, El Empleo, etc.) o las redes temáticas las cuales se enfocan en la búsqueda de interés específicos de los individuos como la música, hobbies, deportes, etc. (Flickr, Pinterest, etc.), las cuales finalmente se caracterizan y se posicionan como las RS más populares actualmente no solo por su gran número de usuarios, sino también por la forma y el modo en la que han diversificado y expandido la información.

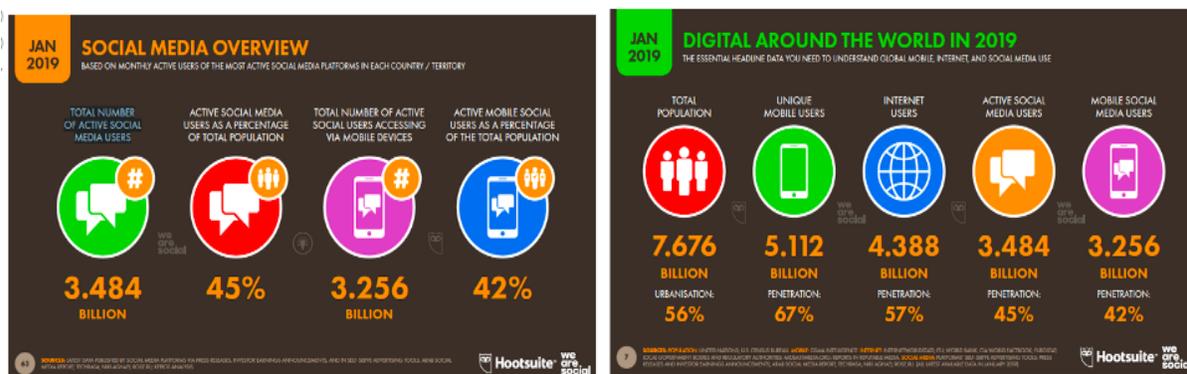


Ilustración 15. Perspectivas esenciales de cómo las personas de todo el mundo utilizan internet, dispositivos móviles, medios sociales y comercio electrónico.

Fuente: Hootsuite 2019

El éxito que estas RS han tenido radica principalmente, en el cómo estas han concretado y agrupado las diferentes herramientas que antes se encontraban dispersas (correo electrónico, blogs, webs de consultas, chats, etc.) en un mismo canal y en un mismo espacio; sumado a esto, podría decirse que su éxito es la suma del trabajo constante por “reagrupar” y caracterizar a los usuarios en subgrupos (edades, gustos, círculo amistoso, entre otros). Indiscutiblemente y gracias a este trabajo, vemos que cada vez dentro del internet hay mayor multiplicidad de RS como de usuarios; entendemos que al haber mayor multiplicidad “Las RS se han ido poco a poco incorporando en la vida de los seres humanos, de tal modo que se encuentran presentes en casi todos los ámbitos” (Zambrano; 2015:3). Si así son las cosas, me pregunto: ¿Cómo operan estas RS en las relaciones amorosas?, ¿qué pasa en los sitios de citas¹¹⁵?, ¿qué son los SC?, ¿cómo funcionan los SC?, ¿quiénes son sus usuarios?, ¿cuál ha

¹¹⁵ De ahora en adelante SC.

sido su alcance?, ¿cómo intervienen estas en la representación de los usuarios? ¿Intervienen?, ¿son canales de propagación de imaginarios, de estereotipos?, ¿estos perpetúan el racismo?, ¿existe racismo en estas plataformas?

¿Qué se sabe acerca de los Sitios de Citas?

Teniendo en cuenta estas preguntas, me gustaría empezar exponiendo que la historia de “emparejarse”, ha sido una de las características que ha atravesado al ser humano desde su desarrollo evolutivo y social. En el pasado y como afirma Catherine Hakim (2012) esos criterios de “emparejamiento” estaban precedidos principalmente por una compatibilidad asociada a una condición social y/o económica y reproductiva; en la actualidad estos criterios no se han desdibujado completamente, aunque con el Internet y las RS estas subjetividades sí han cambiado las posibilidades profundamente de buscar y encontrar una pareja potencial.

De modo que los SC han “formado parte de una serie de recursos utilizados desde el siglo XVIII para proporcionar el encuentro romántico entre personas, tal como lo podemos ver en la (ver ilustración 16) (Best y Delmege; 2009: 240). Lo que infiere que la transformación de estos recursos coincide con el desarrollo de los medios de comunicación”. (Paniagua, 2017: 46)

Technology	Timeline	Dating				
		Personal adverts	Computer dating	Cyberdating	Online dating sites	Social networking
Newspapers	1605 1730	First newspaper personals				
Mainframes						
Email	1965 1966		Operation Match			
ARPANET	1972					
MUDS, bulletin boards	1975			MUDS		
IRC	1988			Chatrooms		
Web browsers	1993 1995				Match.com	
Web critical mass, ICQ	1996			ICQ		
Social networking, graphic virtual worlds	2002			MSN messenger SIMS online		Friendster
Web 2.0	2003 2004			Second Life		Myspace Facebook

Ilustración 16. Línea de tiempo en tecnología y estrategias para conocer personas

Fuente: Best y Delmege, 2012 en *Un estudio acerca de las representaciones del deseo en internet* por Karla Paniagua, 2016

Visto esto y en consonancia con lo anterior, según la revista Neomobile (2014)¹¹⁶ “La Web se utilizaba para hacer encuentros desde su principio. Los proveedores de servicios web primero lo ofrecieron en forma de tabloneros de anuncios, foros y salas que ofrecían una gran variedad de actividades para conocer personas online”, lo que refiere que las condiciones tradicionales de “emparejamiento” cambiaron, no solo porque internet le proporcionó al ser humano cierta libertad de elección, sino que también le otorgó cierta libertad de relaciones y cierta libertad de compatibilidad. Baste como muestra que a partir de ese “cambio”:

[...] “las nociones del mundo amoroso y sexual se hayan transformado drásticamente a partir del uso generalizado de Internet, ya que con la creciente disociación del sexo y los sentimientos y el cuestionamiento a los fundamentos tradicionales del amor

¹¹⁶ Neomobile. La evolución de las citas online. <http://www.neomobile-blog.com/es/historia-citas-online-movil/>. (30 de enero del 2019)

romántico. Estas transformaciones no solo han afectado el contacto en línea, sino que también los encuentros cara a cara (Kaufmann, 2010)”. (Rodríguez y Rodríguez; 2016: 18)

En ese sentido, debemos reconocer que entre estas transformaciones, existe otro cambio significativo en la noción del amor romántico en la era actual, y es que ha sido gracias a la tecnología que el ser humano viva una “experticia” de la vida cotidiana, es decir, con la implementación de las tecnologías en la vida humana se ha promovido un “establecimiento entre la socialización que ocurre en los mundos online y offline en sus vidas. (Winocur, 2006)”. (Rodríguez y Rodríguez; 2016: 16). Lo que significa que gracias al internet no solo se ha aumentó la cantidad de potenciales parejas que un usuario podría tener en la vida offline, sino que también la tecnología y estas herramientas digitales le han permitido al usuario acceder a más información sobre esas potenciales parejas dentro del plano online, para su posterior reconocimiento en el plano offline.

Si observamos el crecimiento de estas plataformas “modernas” de “emparejamiento”, vemos que los SC datan aproximadamente desde los años 90 muy similar a las RS genéricas, pese a esta cercanía, los SC lograron marcar una gran diferenciación en comparación a las RS genéricas, ya que su modelo de negocio, su público y el tipo de interacción al que el usuario se somete cumple con otras dinámicas de socialización. Es decir, lo que sucedió y sucede es que con los SC fue que se enfocaron en el reconocimiento de usuarios tanto heterosexuales como población LGTB¹¹⁷ que desean conocer personas desde un carácter de emparejamiento, alejándose un poco del círculo social primario. Dicho de otra manera, los SC son y fueron sitios especializados en citas o encuentros para usuarios que buscan encuentros afectivos, sexuales y/o amistoso con otros usuarios, sin exclusión alguna de su sexualidad, a diferencia de las RS genéricas que lo que promovían era una interacción pública de gustos y saberes, aislando los espacios frente a los intereses sexuales de los usuarios, tampoco muy alejados del panorama de los SC.

¹¹⁷ LGTB sus siglas componen y comprenden las iniciales de las palabras Lesbianas, Gays, Transexuales y Bisexuales.

Actualmente existen más de 15 mil aplicaciones de citas, según los datos arrojados por Forbes México (2017). Según dicho artículo publicado por Ara Rodríguez (2017)¹¹⁸ los SC más populares son “*Tinder* ya que es la que más gente acumula. *Lovoo* ya que según algunos usuarios es el lugar perfecto “para pillar¹¹⁹”. *Feeld* porque se especializa en la búsqueda de tríos. *Meetic* porque solo se limita a un público adulto, dejando de lado a los adolescentes. *Badoo*, *Twoo* o *Happn* porque son las opciones secundarias tras la reina madre *Tinder*. *Grindr* porque se especializa en la búsqueda de pareja del mismo sexo para hombres. *AdoptaUnTío* porque este se enfocó en un modelo de negocio donde las féminas son quienes controlan la situación”; podríamos repasar muchas más, pero lo que pretendo es evidenciar el auge que estas han tenido a nivel mundial y cómo estas se han acomodado a las necesidades de la comunidad virtual.

Debo precisar que no pretendo discutir sobre los recursos tecnológicos asociados a estas herramientas digitales, ni cómo estas han cambiado el discurso del amor romántico, mi intención aquí es poner en evidencia el auge que han tenido los SC en las últimas décadas. Dicho esto, me gustaría retomar el tema que nos ocupa. En el siguiente apartado entraremos en el terreno de los SC, específicamente en *Tinder*, vislumbrando su historia, su utilidad y sus atractivos desde la perspectiva del usuario; posterior a eso, propongo entrever qué dinámicas de representación y auto-representación emplean los usuarios de *Tinder* de la colonia Santa Fe.

Acerca de *Tinder*

Específicamente *Tinder* se ubica en el universo de herramientas de comunicación denominadas como RS, en el subconjunto de SC. *Tinder* y otras soluciones similares ocurren en el contexto de Web 2.0¹²⁰. De manera precisa, *Tinder* fue fundado en agosto del 2012 por

¹¹⁸ Hipertextual. El amor en los tiempos de *Tinder*. <https://hipertextual.com/2016/11/ligar> (01 de febrero del 2019).

¹¹⁹ Pillar hace referencia a un encuentro sexual casual

¹²⁰ “La Web 2.0 es un término cuyo origen puede resultar un tanto sesgado, sin embargo, de forma más o menos implícita, destaca un aspecto fundamental en los procesos de comunicación mediados por computadora: la interactividad. Tecnologías como la *www* plantean complejos escenarios en los que creadores, usuarios y los contextos en los que se ubican dan lugar a diversas interpretaciones de lo que puede significar para cada uno de estos grupos de interés. Mientras que para algunos sectores pueden ser una oportunidad de negocios, para otros son herramientas con un carácter profundamente social. Quizá

Sean Rad actual CEO¹²¹ de Tinder junto con Justin Mateen, Jonathan Badeen y Ramón Denia, quienes formaron un colectivo investigativo en la Universidad del Sur de California, su objetivo era crear una plataforma de fácil acceso donde los estudiantes pudieran charlar y concretar citas o encuentros, eliminando las barreras psicológicas y los temores que habían alrededor de conocer nuevas personas en un campus. Tinder en su momento se posicionó como una de las aplicaciones más innovadoras, ya que como lo menciona un artículo de EmprendedoresNews (2017):

[...] “el colectivo decidió incorporar varios elementos a la aplicación nunca antes vistos, pues a diferencia de otras RS como Facebook o Twitter que solo le permiten al usuario interactuar con personas que se tienen agregadas a su lista de amigos, Tinder aplicó la tecnología GPS para encontrar a las personas que están cercanas al usuario. Por lo tanto, con solo entrar a la aplicación el usuario comenzara a encontrar personas con las que puede chatear y concretar una cita”¹²².

Ahora bien, según los últimos informes de la BBC (2014)¹²³, Tinder actualmente se encuentra disponible en 24 idiomas, lo que significa que su uso ha sido “casi” mundial (*ver ilustración 17*); frente a la cantidad de usuarios activos en Tinder, la BBC estima que podría tratarse de 57 millones de usuarios por mes, no obstante, encontrar los datos oficiales de Tinder al 2019 no es tarea fácil, aunque fuentes como Latamclick (2018)¹²⁴ estiman que “según una investigación hecha por Statista en América Latina, el 36.7% son personas de 25 a 34 años, el 31.1% tienen de 35 a 44 años, el 17.59% de 18 a 24, el 9.05% de 45 a 54 y el 5.53% de 55 a 64 años y de los cuales los hombres representan el 67.5% y las mujeres el 32.5% restante”.

uno de los elementos más destacables de esto es que todo el conjunto de valoraciones simbólicas y de usos interactúan entre sí, dando lugar a muy variadas relaciones entre los usuarios” (Salazar, 2011: p. 66).

¹²¹ El CEO de una empresa es el acrónimo correspondiente a las siglas de Chief Executive Officer, lo que en español habitualmente se conoce como Consejero Delegado o Director Ejecutivo, de una empresa o corporación. Economiatic. Significado de CEO, COO, CFO, CIO, CTO y CMO: Llamando a cada ejecutivo por su nombre <https://economiatic.com/significado-de-ceo-coo-cfo-cio-cto-y-cmo/> (26 de agosto del 2019).

¹²²Emprendedores.news. La inspiradora historia de Sean Rad, el creador de Tinder. <http://emprendedoresnews.com/emprendedores/la-inspiradora-historia-de-sean-rad-el-creador-de-tinder.html> . Recuperado y disponible (5 de abril del 2019).

¹²³Lee, Dave, Tinder, la aplicación de moda para encontrar amor. https://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/11/131126_tecnologia_app_flirtear_tinder_amor_ap . (7 de enero del 2020).

¹²⁴ Latamclick. Estadísticas de Tinder 2018: análisis y datos de uso de la App de citas. <https://www.latamclick.com/estadisticas-de-tinder-2018-analisis-datos/> . (30 de enero del 2019).



Ilustración 17 Mapa mundial de las apps de citas

Fuente: BBC News

Forbes México (2015) por su lado refiere que de “los 30 millones de personas que se han registrado, estos echan un vistazo en conjunto a 1,200 millones de prospectos al día; es decir 14,000 por segundo, facilitando casi 14 millones de encuentros románticos cada 24 horas”¹²⁵; lo que deja ver no solo como Tinder ha satisfecho necesidades de forma casi inmediata, sino también como el uso de las nuevas herramientas tecnológicas ha fomentado un individualismo, el cual afecta de igual manera las relaciones interpersonales. La pregunta ahora es ¿Qué pasa en el caso de México?, pues bien, según el artículo publicado por Cocktailmarketing (2018)¹²⁶ las estadísticas digitales mexicanas responden que del total de *swipes*¹²⁷(*deslizamiento*) diarios, México genera 26 millones de ellos, siendo este uno de los mercados de habla hispana más activos en el uso de Tinder¹²⁸.

¹²⁵ Forbes México Tinder: sexo, mentiras y iPhones. <https://www.forbes.com.mx/tinder-sexo-mentiras-y-iphones/> . (5 de abril del 2019).

¹²⁶ Cocktail, ¿Qué es Tinder?. <https://cocktailmarketing.com.mx/estadisticas-de-tinder/> . (15 de enero del 2019).

¹²⁷ Pickaso, Swipes: Este termino nace por la necesidad de renombrar el gesto predeterminado de deslizar en una pantalla de algunas apps. <https://pickaso.com/2019/tendencias-en-diseno-de-apps> (26 de agosto del 2019).

¹²⁸ El artículo precisa que un usuario de Tinder pasa en promedio una hora dentro de la aplicación, donde los días con mayor tráfico de usuarios son los domingos entre las 4 y 7 de la tarde, de igual forma el artículo propone que el uso de la aplicación incrementa un 20% durante los meses cálidos en comparación con los fríos; frente a la proporción de usuarios activos en Tinder Cocktailmarketing precisa que en la mayoría son hombres solteros, lo cual es ligeramente mayor al de las mujeres.

Todo lo anterior, es relevante en la medida que veamos cómo Tinder se ha posicionado tanto en el mercado global como en el mercado local, aun así, aunque estas cifras y datos son importantes en la medida que muestran y reflejan la participación en el mercado. Considero que existen otras observaciones las cuales no podemos dejar de ver, como por ejemplo el cómo su arquitectura y su diseño ha atraído usuarios a estos mercados. En ese orden de ideas, debo decir que indudablemente todas las diversas acciones en línea: su mensajería instantánea, la posibilidad de chatear en tiempo real, la personificación de un perfil, la “posibilidad” de selección de prospectos entre otras tantas cosas, son solo unas de las cualidades que adquiere Tinder, las cuales los usuarios han sabido apreciar. De manera puntual y para ilustrar mejor esto, traigo un fragmento de mi diario de campo frente a mi experiencia como una nueva usuaria de la plataforma:

Diario de campo (Memorias)

4 de marzo de 2019

El día que descargué la aplicación, me encontré con una interfaz “cómoda” y armónica visualmente, sus colores, su tipografía, sus ilustraciones y demás son unas de las características que, a mi parecer, la hacen atractiva desde un principio, en la experiencia de registro como nuevo usuario podría decirse que es nuevamente accesible ya que te puedes loguear¹²⁹ con tu cuenta de Facebook y si dado el caso no tienes cuenta, puedes loguearte con tu número telefónico y otros datos adicionales, seguido de esto debes dar una autorización para que la plataforma pueda acceder a tu ubicación (ver ilustración 18).

¹²⁹ El término *loguear* se usa para referirse al inicio de sesión o al registro dentro de una plataforma virtual.



Ilustración 18. Imágenes del registro en Tinder

Fuente: Captura de pantalla tomada de la aplicación Tinder

Dado el caso que te hayas registrado con tu Facebook, este hace un hipervínculo y toda tu información registrada en esta otra plataforma se traslada a tu nuevo perfil de Tinder, lo cual te posibilita seleccionar las fotos de tu perfil que vas a publicar en Tinder; en el caso donde no te hayas registrado con tu Facebook sino que lo hayas hecho por medio de tu número de celular, puedes crear tu perfil desde ceros, es decir tanto la selección de fotos, como tus datos básicos tendrán que ser subidos a la plataforma, (ver ilustración 19)



Ilustración 19. Proceso registro sin Facebook

Fuente: Captura de pantalla tomada de la aplicación Tinder

Posterior al registro, el cual se demora aproximadamente entre 10 a 15 minutos, la aplicación te permite personalizar tu perfil según tu interés, es decir: puedes dar una auto-descripción breve (máximo 500 caracteres), escribir tu cargo, empresa o escuela y finalmente escoger el género con el que te identificas, al o los que te gustaría encontrar y la distancia máxima de búsqueda de usuarios (ver ilustración 20).

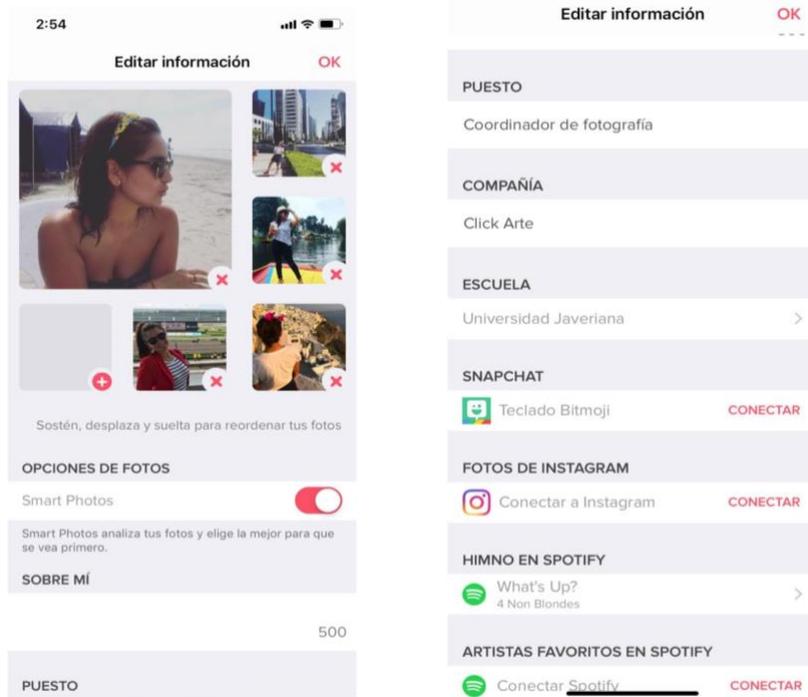


Ilustración 20. Muestra del registro

Fuente: Captura de pantalla tomada de la aplicación Tinder

Después de haber hecho todo el proceso de registro, la aplicación te hace una breve introducción frente a su uso; es decir, te explica cuál es la función de los 10 botones que tiene en su interfaz (ver ilustración 21); no entraré a profundizar en detalle cada uno, lo que sí puedo decir es que tiene dos botones los cuales son el núcleo de la plataforma: el primero es un corazón el cual funciona para dar match, es decir me gusta y la X que corresponde a un dislike, es decir un rechazo al perfil.



Ilustración 21. Funciones básicas de los botones en Tinder

Fuente: Captura de pantalla tomada de la aplicación Tinder

Una vez que el perfil está terminado y se ha hecho el proceso de reconocimiento de la interfaz; el usuario está listo para navegar dentro de la plataforma y buscar personas que despierten su interés entre este gran universo de perfiles que tiene la plataforma, desde este momento, el usuario puede tanto recibir como enviar mensajes e invitaciones para conversar con otros usuarios. Debo señalar además que el usuario puede tanto bloquear personas, como modificar el contenido de su perfil una vez que este haya sido publicado (exceptuando su nombre y edad).

Otra característica que pude evidenciar es que la interfaz, privilegia a los usuarios nuevos, a los usuarios que tienen mayor número de ingresos en el día y a los que se han pagado el servicio Premium, posibilitando que estos tengan mayor visibilidad dentro de la aplicación, es decir que le aparezcas a más usuarios; a modo de resumen y con base a mi experiencia, Tinder es una aplicación con una buena experiencia de usuario, es entretenida, tiene un gran número de usuarios registrados, lo que a mi parecer, como usuaria, es una de las razones por la que es una de las plataformas más usadas por el público objetivo.

Debo recalcar que mi intención en los dos apartados anteriores ha estado enfocada en el esclarecimiento del cómo el internet ha operado como una configuración cultural y cómo Tinder se ha constituido como una de las herramientas tecnológicas más usadas actualmente para los encuentros casuales y románticos.

Ahora bien, con el ánimo de continuar este análisis, es preciso decir que el interés principal de este capítulo se centra en el poder de identificar cómo los usuarios de Tinder se representan dentro de esta plataforma y, cómo a partir de la subjetivación de la representación de los usuarios se presentan, se producen y suscitan diferentes dinámicas de racialización; es por esto que el siguiente apartado pretende poner en evidencia cómo los usuarios de Tinder se auto-representan y cómo a partir de estas auto-representaciones se les valora, no sin antes ver qué significa representación y auto-representación dentro de este contexto.

La auto-representación en los SC y en las RS

Como hemos visto, “las RS resultan el capítulo más reciente del impacto social de las tecnologías de la información y la comunicación, siendo este tema de particular debate teórico y también objeto recurrente en la actual agenda mediática” (Lázaro, 2010 :114), no se puede desconocer que una de las problemáticas presentes dentro de estas discusiones, son las dinámicas y los “juegos” a los que se “somete” el usuario de las RS, para representarse dentro de ellas. De ahí que diferentes disciplinas dentro de la académica hayan anudado esfuerzos para interpretar, estudiar, interpelar y hasta combatir la forma y modo en que los usuarios se representan dentro de las RS.

En la búsqueda de autores que reflexionan sobre las representaciones en las RS, vemos que Antonio Caballero Gálvez (2017) en “*Representaciones de género en las redes móviles de contactos cuerpo e identidad en «adopta un tío»*” busca revisar los códigos de representación utilizados por los/las usuarios/as de las redes móviles de contacto. Al igual que el estudio que hace Karla Paniagua (2017), comunicóloga y Doctora en Estudios Transdisciplinarios de la Cultura y la Comunicación del Instituto de Investigación en Comunicación Cultural, en su texto *Estudio acerca de las presentaciones del deseo en internet*; reflexiona y analiza sobre esas dinámicas de representación de los usuarios en internet.

En particular estos abordajes parten de la idea de que el problema gira alrededor de la interpretación de los medios empleados por los usuarios para representarse, estos estudios en específico observan y analizan cómo operan las representaciones de los usuarios en formatos específicos, sin dejar de lado la perspectiva de que con el:

“Uso generalizado de teléfonos inteligentes, de última generación tecnológica se ha dotado a la sociedad de la posibilidad de generar una identidad virtual: disponible y localizable, donde la digitalización de las comunicaciones conduce a estudiar e investigar un nuevo lenguaje, una serie de nuevos códigos de conducta, unos nuevos códigos de representación y, por ende, nuevas identidades, y nuevas relaciones de género” (Caballero, 2017: 34).

De igual manera, estos estudios hacen un fuerte hincapié en el fenómeno de la representación, otorgándole valor a la idea de que:

“muchas de las decisiones de los sujetos son conscientes ya que responden y representan la mejor versión de si mismos, donde los sujetos ponen en juego todo un espectro de representaciones socialmente compartidas acerca de qué es, lo que se considera deseable e interesante para otras personas” (Paniagua, 2017:33)

También proponen que la foto de perfil adquiere relevancia importante ya que esta “hace que el aspecto físico sea el elemento principal, a través de la cual el/la usuario/a intenta responder a los cánones de belleza establecidos por el sistema *mainstream* (Illouz, 2006)” (Caballero, 2017: 36).

En ese sentido, y siguiendo esta línea investigativa, debemos precisar que fotografía es uno de los objetos relevantes en esta investigación, puesto que se trata de un tipo de objetos a los cuales les damos significados, y que a su vez guardan representaciones de nuestro mundo visual. En otras palabras, cuando observamos fotografías (en este caso el de los usuarios de Tinder) vemos escenas y escenarios que realmente no están ante nuestros ojos, pero les damos un significado, lo cual representa algo, en otras palabras:

“las fotos son la manera en la cual se comunican de forma visual, intentando ajustar la carga simbólica, el tono o el sentido de un texto escrito a partir de una imagen, creando una experiencia estética visual, convirtiéndose la imagen en la nueva estructura narrativa orientada a la no-linealidad, a lo sensorial y a lo recreativo (Bursset y Sánchez, 2009).” (Mateo y Montserrat, 2013: 54).

No obstante, las RS y los SC, son esa herramienta virtual donde los usuarios han adaptado y acoplado a sus necesidades para expresar sentimientos, necesidades o fantasías, mediante diferentes mecanismos, sin lugar a duda la foto ha devenido como elemento fundamental en la comunicación en la era tecnológica en las RS de contacto y más aún en los SC y como expuso Reche (2012) “la imagen es un componente básico de la comunicación actual, donde

no se puede prescindir de ella. La imagen fotográfica constituye un referente visual aceptado para la documentación de un contexto social determinado” (p. 115).

Así las cosas, entendamos que la imagen es un componente básico de la cultura actual; estudiar la misma deviene de reflexionar cómo se construye socialmente el sentido en ciertos procesos de comunicación visual ya que si “consideramos que la imagen como un medio de expresión resulta en un elemento fundamental para la descripción, explicación y caracterización de grupos sociales” (Reche, 2012:118), en ese sentido debemos precisar que:

“Las imágenes que encontramos en la red en su aspecto formal también se ha fraccionado, la imagen es encuadre, es pastiche, es representación maquillada, es simulacro, es juego. La semiótica no basta para su estudio, la semántica y la hermenéutica nos ayudarán como complemento para su interpretación. Los mercados sectoriales han venido transformándose, ya no se clasifican como antes, el comportamiento del consumidor posmoderno tiene que ver a los procesos de producción que operan en la globalización y a los cambios tecnológicos consecuencia de la misma. Es por ello, que en la red todos estos aspectos son los que marcan o explican cómo es, cómo funciona, se lee, se escucha, se fracciona, se transforma, se produce, se transfiere, se comercializa, se conozca la imagen en la posmodernidad (Zamorano; 9)”. (Salado, 2017: 13).

Es decir que la imagen no es el único elemento que se ha transformado, también ha sido el individuo en el proceso histórico de la globalización económica, a las nuevas herramientas tecnológicas y a la forma y el modo de relacionarse en las RS, la información visual ha sido ajustada a tal modo que represente y signifique lo que el usuario quiere representar, donde las fotos y las fotografías han jugado un papel importante ya que han sido ese recurso de acceso libre a toda persona que posea un teléfono móvil, cámara fotográfica o hasta un laptop con cámara, recursos que han posibilitado que la forma de entender nuestras propias corporalidades hayan sufrido un cambio “brusco”, ya que no solo se trata de interpretarnos a través de lo que vemos en un espejo, sino que ahora sea a través de una imagen de nosotros mismos, que nos interpretamos y nos representamos; sin lugar a duda la foto ha sido ese

elemento ajustable, retocable, modificable hasta el punto que se adapta al ideal del usuario frente a lo quiere representar a los demás.

No obstante, lo problemático de los SC y las RS es que, además de ser plataformas de exposición y exhibición de “atributos” y “caracteres” físicos y personales del usuario a través de una imagen y texto, estas tecnologías y estos espacios son mediadas por estereotipos marcados por la sociedad virtual. Dicho de otra manera:

“en la actualidad, existe una preocupación generalizada por la imagen corporal (IC) aunque no es algo exclusivo de nuestros días. Cada período de la historia cuenta con sus propios estándares de belleza y cada cultura desarrolla diferentes conceptos sobre la propia imagen, forma y decoración del cuerpo. En definitiva, la IC está influenciada por diferentes factores que incluyen aspectos biológicos, psicológicos, sociales y ambientales que varían con el tiempo” (López, 2014: 15).

Vemos entonces que los usuarios de los SC deben, aparte de lidiar con la tensión entre la autorepresentación honesta y positiva en un contexto en el que el “*engaño*”¹³⁰ puede concentrarse casi sin esfuerzo, también preocuparse por autorepresentarse selectivamente, revelando actitudes y aspectos del *yo* de una manera controlada pero socialmente deseable.

Ana María Muñoz López (2014) plantea que en nuestros días la estética del cuerpo, concretamente el valor que se da al aspecto físico se ha impuesto como tema prevalente ya que, “los medios de comunicación social son los principales responsables de este problema puesto que con su amplia capacidad de convocatoria difunden el ideal de belleza impuesto en la sociedad” (p. 18). Ideal que corresponde a un cuerpo delgado, joven y sensual. Entonces es evidente que los cánones de belleza presentes en un contexto sociocultural concreto influyen de forma significativa en la percepción de la propia IC; lo que promueve que exista una excesiva preocupación por el aspecto físico y una sobrevaloración del cuerpo afectando

¹³⁰ Cuando expreso la noción de “engaño”, hago referencia al proceso de moldeamiento y de autoedición que se somete el usuario, es decir al proceso *consiente* de querer representar una imagen corporal que no corresponde con la corporalidad real del mismo.

a los usuarios de ambos sexos, afectando y discerniendo en la serie de creencias socialmente compartidas de lo que es bello y deseable, pero realmente, ¿qué es lo bello y lo deseable dentro y fuera de las RS?

En concreto, definir la belleza física no es una labor sencilla; existe un consenso oculto en lo que asumimos como bello. Catherine Hakim (2012) propone que la belleza hoy es “una combinación de elementos estéticos, visuales, físicos, sociales y sexuales que resultan atractivos para los otros miembros de la sociedad, especialmente los del sexo opuesto, en todos los contextos sociales” (p. 26).

Para Hakim (2012) la belleza es un elemento central, donde lo bello transita entre las culturas y las épocas, donde persisten y se forman elementos fundamentales que integran el capital erótico; elementos base como el atractivo sexual, el cual afronta lo físico, la imagen personal, la vitalidad, el carisma y todas aquellas características que nos hacen atractivos para los demás. Para Walzer (2008) la “belleza”, ha sido un tema que ha atravesado al ser humano desde siempre, lo problemático de este asunto es que:

“el discurso sobre la belleza sobrevuela el mundo de las mercancías, de los cuerpos y de la comunicación. La cuestión de la belleza no deja de hacerse presente en nuestro lenguaje cotidiano, ni de manifestarse en la búsqueda de una estetización total a la que no escapa casi nada en los tiempos del *design*” (p.18).

“Es indudable que nuestros valores estéticos guardan una estrecha relación con las configuraciones históricas, sociales, económicas y culturales. Estas configuraciones determinan, en buena medida, las condiciones materiales, semánticas y estéticas por las cuales la belleza «se da a ver» al mismo tiempo que aquellas por las cuales la belleza «se enuncia» (Renaud, 1989:14 y ss.). Destacar el ensamble entre discursividad y visibilidad tiene la finalidad de proponer un enfoque complejo y problematizador sobre la belleza” (Walzer, 2008:18).

Indiscutiblemente, la belleza ha sido un concepto problemático de definir, su complejidad se deriva de los contextos sociales en los cuales se presente, las RS, los SC y hasta los mismos usuarios han proclamado su deseo por definir lo que es bello y deseable, lo atractivo y no atractivo, donde “el culto al cuerpo es una presión cultural al que muchos de los usuarios están sometidos hasta el punto de que pueden llegar a distorsionar la percepción de la propia imagen” (Mateo y Montserrat, 2013: 55) para responder a los cánones de belleza creada, y recreada por el acto humano de producción, aun así y con el ánimo de profundizar en este tema, me parece importante considerar lo que plantea Montoya (2014):

“Los estereotipos de lo “feo” y lo “bello” están asociados a la discriminación racial y a la supuesta “supremacía” del hombre blanco. No es casual que, desde la colonización de América, Asia, África y Australia, prevalezca el criterio de que la “fealdad” es sinónimo de negro, indio, gitano, judío o árabe. Por lo tanto, en una sociedad cuyos parámetros estéticos están impuestos por los modistas y estilistas de Occidente, el negro tiende a ser cada vez más blanco y el blanco cada vez más perfecto... y como si fuese poco, no faltan quienes exaltan la “supremacía” y “belleza” de la raza blanca, arguyendo que la mujer rubia -piernas largas, nalgas redondas, pechos firmes, labios sensuales y ojos seductores- sigue siendo la mujer ideal con la que sueñan la mayoría de los hombres, sobre todo, en los países del llamado Tercer Mundo, donde las blancas son más cotizadas que las indias o negras; primero, debido a las condiciones socioeconómicas impuestas por una minoría blancoide desde la época de la colonia; y, segundo, debido a la discriminación racial y al complejo de inferioridad que sobrevive en el subconsciente colectivo de las culturas colonizadas”¹³¹.

Teniendo en mente lo anterior, es importante considerar que vivimos en una sociedad de desenfrenado consumo y más cuando hablamos de una colonia como lo es Santa Fe que, como ya lo he dicho, es una colonia con un mercado de capitales bastante amplio. La concepción de la belleza dentro de esta colonia llega a estar estrechamente vinculada a esos

¹³¹ Montoya, Victor. Lo “feo” y lo “bello”. <https://www.alainet.org/es/active/75648> (12 de febrero del 2020).

valores estéticos originarios de la colonización, puesto que "el mestizaje reforzó la dependencia estética en cuanto a patrones de belleza con respecto al mundo blanco" e invisibilizó a las mujeres y hombres nativos al considerarlos "inferiores en el sentido cultural y económico" (Valcuende y Vásquez, 2016: 3) y estético; sea como fuere, la tendencia a clasificar a la gente según su "calidad", o su grado de blancura, pone en cuestión el significado de la categoría de lo bello. La gente no es simplemente bella, pues lo que realmente importa es la composición de lo que se considera bello, lo cual es una construcción social, cultural y temporal.

Con esto en mente, no podemos olvidar que los usuarios de estas plataformas se encuentran en un constante monitoreo corporal, subyacente de los estereotipos transitorios de las RS, los cuales son mecanismos fuertemente establecidos por los medios de comunicación a fin de que los ideales de la belleza cultural no solo sea un sincronismo de lo que es bello y deseable. Aun así, debemos reconocer que los usuarios persisten en la idea de "mejorar" sus representaciones por un carácter civilizatorio; el Internet como herramienta digital le ha otorgado al usuario la posibilidad de representarse en escenas, espacios y escenarios todo a partir de la construcción de un *tuning*¹³².

Finalmente y en vista que esta investigación tiene como finalidad observar, analizar e identificar ese fenómeno de la representación en Tinder; conviene precisar que la representación, se considera como un proceso social que vincula una figura con uno o más significados, noción que nos conduce a la idea de *signo* de Charles Sanders Peirce (2005), quien propone que el signo "es algo que, para alguien, representa o está en lugar de algo bajo algún aspecto o capacidad" (p.22). Es decir, debe tenerse presente en todo momento que pese a estar en su lugar, un signo no sustituye del todo a aquello a lo que se refiere; el retrato parece estar en un lugar del sujeto, pero ningún caso lo es. Quiero dar especial importancia a este concepto ya que reviste importancia en tanto involucra no solo a la entidad que significa, sino al sujeto que la interpreta aquel para quien el signo está.

¹³² Tuning hace referencia a la mejora de la estética y la apariencia.

En ese orden de ideas, el signo es una entidad convencional, una representación de carácter social cuya producción e interpretación se sujeta a reglas específicas (en este caso, las “directrices y/o normas” de selección de una foto de portada que “te” represente bien para tu perfil de usuario en Tinder)¹³³, dadas por la cultura y por el medio concreto en el cual se divulga; lo que propone Gerard Moscovici, quien refiere a las representaciones sociales como el vínculo entre una figura y un significado:

“Las representaciones sociales deberían ser vistas como una forma específica de entender y comunicar lo que ya sabemos (...) Tienen siempre dos facetas, que son tan interdependientes como las dos caras de una hoja de papel: las facetas icónica y simbólica. Sabemos que: representación es igual a imagen/significado; en otras palabras, que hace corresponder a cada imagen una idea y a cada idea una imagen”. (Moscovici, 1984: 17).

Ahora bien, este concepto reviste especial importancia en tanto involucra para nuestro caso de estudio no solo esa entidad que significa, sino que también los retratos y las descripciones de los usuarios que están presentes en esta red social, se vuelven interlocutores potenciales para mi como investigadora; con el fin de esclarecer este punto, siento la necesidad de traer a colación el concepto de imagen que expone Barthes (1964) en uno de sus artículos:

[...] El concepto de imagen es una representación, es decir, en definitiva, resurrección, y ya se sabe que lo inteligible tiene fama de ser ‘antipático’ con respecto a lo vivido. Así pues, la analogía está considerada, por ambos bandos, como un sentido limitado: unos piensan que la imagen es un sistema muy rudimentario en comparación con la lengua, y otros piensan que la significación no es capaz de agotar la inefable riqueza de la imagen. (p. 29).

¹³³ En este caso se usaron los paréntesis como voz oculta del autor para hacer alusión a algo en específico.

Para ser más específica, toda imagen es polisémica¹³⁴, y toda imagen adquiere una cadena de significados, donde el lector tiene la posibilidad de “adoptar” unos y “desechar” otros. Lo que refiere a la imagen y al texto escrito, están ancladas a dos factibles funciones: el anclaje y el relevo. Es decir, el anclaje en este caso sería el texto escrito, donde el texto escrito señala y o describe el nivel correcto de percepción que el lector debe elaborar con respecto a la imagen que está viendo. Para el segundo caso, entonces nos estaríamos refiriendo a el texto escrito que añade información que no esta expresada en la imagen, agregando un significado.

Cuando observamos una fotografía, es posible distinguir dos dimensiones, por un lado, lo que vemos y, por el otro, lo que significa que vemos. Para ilustrar mejor esto veamos (*ilustración 22*), al ver esta fotografía podemos distinguir dos dimensiones del texto. Vemos a un hombre con barba, tez trigueña, con una playera de palmas, unas gafas “oscuras”, una corona de flores de girasoles, en fondo podemos identificar unas trajineras de Xochimilco¹³⁵ y una descripción de Luis que tiene 27 años, “que es” Productor en Buenas Noche Studio y “que es de la”



Ilustración 22 Usuario Tinder 1

Fuente: Captura de pantalla tomada de la aplicación Tinder

Universidad Iberoamericana (*anclaje*). Por otro lado, el pie de la foto nos indica que esta foto fue extraída de la aplicación de Tinder (*relevo*).

Hecha esta salvedad y retomando nuevamente las palabras de Barthes (1964), vemos que, a esta imagen:

¹³⁴ “La polisemia refiere a una interrogación sobre el sentido de las cosas. Es decir, la palabra refiere varios significados”. Real Academia Española, Polisemia. <https://dle.rae.es/?id=TZIPkGU> (26 de agosto del 2019).

¹³⁵ “Xochimilco, que en náhuatl significa “Campo de Flores”, se distingue por una serie de canales pluviales que existen desde la época prehispánica, cuando el Valle de México estaba conformado por lagos y lagunas casi en su totalidad”. Xochimilco patrimonio de la humanidad. <https://www.xoximilco.com/es/xoximilco/> . (1 de febrero del 2020).

“le corresponden cuatro signos que, presumimos, forman un conjunto coherente, pues todos ellos son discontinuos, por lo general exigen saberes culturales y remiten a significados globales (por ejemplo, la [mexicanidad¹³⁶]), penetrados de valores eufóricos; en esta imagen, un segundo mensaje, de naturaleza icónica, aparece tras el mensaje lingüístico. [...] Ahora bien, pensar si retiráramos de la imagen todos esos signos todavía quedaría en ella cierta materia informativa; aun privado de todo saber, sigo con la «lectura» de la imagen, «Comprendiendo» que ésta reúne en un mismo espacio cierto número de objetos identificables (denominables) y no tan sólo formas y colores.” (p. 32).

Así las cosas, “es necesario hacer un análisis más específico acerca de la estructura de la imagen, pues tan sólo la fotografía, entre todos los tipos de imágenes, posee la capacidad de transmitir la información (literal) sin conformarla a base de signos discontinuos y reglas de transformación” (Barthes, 1964: 39). Es decir, las fotografías y las descripciones de los usuarios de Tinder, requieren un análisis específico y estricto de las condiciones en las que las imágenes se presentan, ya que si el sujeto (usuario) se siente motivado por algún deseo de congelar un fragmento de lo real, en un lugar y una época determinada; actúa, así como un ‘filtro’ ya que al realizar un encuadre y disparar una cámara fotográfica, destaca esa dualidad de la imagen fotográfica; conllevando un proceso de comunicación el cual ofrece información de una actividad y un contexto determinado, no solo por lo que muestra la imagen, sino también por lo que nos informa del autor.

Finalmente y a lo que quiero llegar con en este apartado, es que la digitalización de las comunicaciones, como el uso generalizado de *smartphones*, *laptops*, *tablets*, etc., han favorecido de manera continua la construcción y reconstrucción de ese “yo” digital, que se rige bajo ciertas normas y parámetros cibernéticos de lo que es aceptable y lo de lo que no lo es. A esto es necesario agregar que “la producción de contenidos de Internet implica a sus usuarios de dos modos: las prácticas a través de las cuales se comprende Internet; y los

¹³⁶ Palabra sustituida, la cita original del autor hace referencia a la italianidad.

contenidos que se generan en ella” (Hine, 2004: 52). Así, considerar y explorar cómo los individuos usan la tecnología de citas digitales y qué tipo de gratificaciones subyacentes pueden recibir desde su propio *Smartphone*, nos permiten estudiar cómo el ciberespacio ha sido un escenario de posibilidad para representar, comunicar y socializar frente al *Otro* y con el *Otro*.

La intención

Tinder y las demás aplicaciones de citas online, tema de esta investigación, han facilitado diferentes tipos de encuentros entre las personas. Tradicionalmente, se considera que estas aplicaciones han sido un escenario o espacio para ligar o conseguir sexo casual. Un ejemplo de esto es lo que expresa Sebastián¹³⁷, en una de las entrevistas:

JR: ¿Y por qué descargaste Tinder?

S: Grindr lo escogí en su momento porque era sólo de chicos, eso fue lo que me llamo la intención. Tinder la escogí después de conocer Grindr porque Grindr es una aplicación demasiado sexual, la gente, en su gran mayoría, sólo busca encuentros sexuales, y sentía que en Tinder por lo menos permitía conocer a la persona desde otra manera, sin embargo, siento que las dos son o van demasiado a lo sexual.¹³⁸

Lo anterior no es desconocido para nadie, ya que Tinder, como las otras plataformas de citas, además de haber sido responsables de ese nuevo modelo de emparejamiento de las personas, también han sido de los nuevos modelos de comunicación y representación de los usuarios, pues toda su interfaz se ha enfocado en la reproducción masiva de imágenes, promoviendo que el usuario que las usa, se inscriba en cánones de representación específicos. Se tiene que aclarar que esa auto-representación del usuario se inscribe bajo los parámetros de un interés propio, es decir, lo que le interesa encontrar, reflejar y expresar. Un ejemplo de esto es lo que propone Camila:¹³⁹

¹³⁷ Juan Sebastián A., Gótico Tropical, 26 años, hombre que busca hombres, maestro en artes visuales. Entrevista realizada el 3 de agosto de 2018

¹³⁸

¹³⁹ Camila B, 28 años, Diseñadora grafica, mujer que busca hombre. Ciudad de México 26 de marzo de 2018.

JR: ¿Cuál es tu intención a la hora de descargar esta aplicación?

C: La verdad en un principio porque estaba viajando mucho con el proyecto de mi empresa y quería conocer gente en los diferentes países donde iba, una cuestión de solo amigos. Ya después, cuando me quedé acá en México, sí lo usé más para conocer a una pareja, pero la verdad esta aplicación te proporciona más sexo que una pareja, ¡eso sí está claro!

JR: ¿Entonces cuál es el otro “propósito” de la aplicación?

C: Mira, eso depende yo ahora sólo la uso para tirar¹⁴⁰, pero conozco mucha gente que sí la usa para encuentros casuales, como ir a tomar café, ir al cine... mejor dicho como para ser amigos, salir y ya luego bye. Pero eso depende del usuario, ahora casi todos en su descripción ponen que es lo que quieren, entonces uno ya lo tiene claro.

Otro ejemplo similar a este es el que manifiesta Ximena¹⁴¹

JR: ¿Cómo es tu perfil de Tinder?

X: Ah, la verdad como antes usaba Tinder sólo para sexting¹⁴², pues ponía en mi descripción “sólo diversión, big penis¹⁴³ y 420¹⁴⁴”. En mis fotos tengo una foto de mi casa y una de mi cuerpo, estoy en Chichén Itzá¹⁴⁵, también en mi perfil para buscar hombres y mujeres, pero las mujeres nunca me dan match, lo cual es muy triste. Como tenía “sólo diversión y big penis”, muchos tipos sólo me mandaban mensajes como de eso. Luego me aburrió y dejé sólo el 420.

Pues bien, estos ejemplos nos ayudan a aclarar lo que mencionábamos anteriormente, y es como el usuario según su intención y “deseo”, incorpora y adapta unos códigos de representación específicos dentro de ciertos escenarios. En el caso de Ximena y como lo

¹⁴⁰ Tirar es una expresión coloquial para referirse a encuentros sexuales

¹⁴¹ Ximena Uribe (La Negra Limonada); 25 años; Mujer que busca hombres y mujeres; México; Profesional en artes visuales. Ciudad de México. Entrevista realizada el 6 de agosto de 2018

¹⁴² Sexting: es el término utilizado para describir el envío de contenido sexual o erótico en medios virtuales.

¹⁴³ Frase en inglés que traduce: Pene grande

¹⁴⁴ 420: El código data aproximadamente desde 1971, el cual hace referencia al consumo de la planta cannabis sativa o marihuana, esta puede significar desde una invitación hasta una señal que te indica que la persona que lo usa se identifica con el consumo o que sabe del tema.

¹⁴⁵ Chichén Itzá es un complejo de ruinas mayas ubicado en la península de Yucatán de México,

vimos un “deseo” por conocer personas o tener un *sexting*, usando un lenguaje verbal “explícito”; en el caso de Camila; Camila por su lado realizó otro tipo de negociaciones y dinámicas, ya que ella se basó en la búsqueda de nuevas personas para forjar una relación de amistad, lo que posteriormente cambió a encuentros casuales y un *sexting*.

Veamos un ejemplo más: Sebastián se ha involucrado en otros modos de auto-representación, que buscan representar no un interés sexual primario sino, por el contrario, su intención es ser percibido como una persona poética y amigable, pero incluso así en búsqueda de un encuentro:

JR: ¿Cómo es tu perfil de Tinder?

S: Ahorita no tengo, pero cuando lo usaba tenía un promedio de cuatro fotos, me gustaba poner fragmentos o frases de cosas que me gustan, pero que no hablaran directamente de mí, como frases que podía sacar de una película, de un artista... algo por el estilo. En el perfil de Grindr tenía mi nombre, mi edad, no ponía rol, ponía mi estatura, mi peso, como mi origen étnico; ahí sí era un poco más directo el asunto, era como quiero charlar, o quiero conocer gente, o no me interesa como un encuentro sexual inmediato, era algo así lo que tenía...

Las apreciaciones de Sebastián, Camila y Ximena nos revelan el fenómeno de la representación, puesto que significa y refleja un proceso social que vincula una figura con uno o más significados, noción finalmente que nos conduce a la idea de Charles Sanders Peirce, para quien el signo “es algo que, para alguien representa o está en lugar de algo bajo algún aspecto o capacidad” (Peirce en Magariños, 1983:83). En ese orden de ideas, no hay que perder de vista que, pese a estar en su lugar, un signo no reemplaza del todo a aquello a lo que se refiere, pues en palabras de Goffman (2002), los usuarios pueden personalizar su autorepresentación tan detalladamente que, de modo cuasi-accidental, consiguen comunicar solo lo que realmente quieren “informar y mostrar”. Un claro ejemplo de esto es la anécdota que nos cuenta Ximena:

X: “Miro la descripción, porque a veces un chico me parece lindo, pero también me parece interesante lo que hace (soy fotógrafo, hago cine, o hago diseño, o algo más relacionado a lo que yo hago también) entonces digo, ¡ah! igual podríamos tener una charla un poco más (...), antes del sexting [risas]. Una vez hice match con un chico en cuya foto se veía que era arqueólogo, entonces él puso en su descripción que sólo buscaba sexting, pero como que podíamos hablar de otras cosas también...al final el chico no era lo que decía, sólo quería sexo¹⁴⁶”.

Es necesario recalcar, antes de analizar esta anécdota que Ximena en una de las intervenciones anteriores expuso que la intención y el uso que ella le estaba dando a la aplicación era: la búsqueda de encuentros casuales o un *sexting*. De esta manera, en la anécdota anterior, Ximena nos comenta que en su búsqueda se encontró un chico que además de agradarle físicamente le agrado la auto-descripción que había hecho de si mismo. Al mismo tiempo, en su anécdota ella comenta que: “al final el chico no era lo que decía, sólo quería sexo”, pues bien, esta última parte refuerza la idea de que el usuario de estas plataformas se auto-representa y cómo los otros usuarios perciben esa representación, es decir, para el chico era “claro” que sólo quería *sexting* (lo mismo que Ximena), e incluso así, para Ximena el hecho de que expresara que era un arqueólogo abría una ventana de posibilidad. En otras palabras, además de tener un encuentro casual, podría sostener una conversación de posibles temas de interés común; para ella lo que terminó pasando fue sólo el encuentro sexual, más no la conversación que pensaba que iba a tener.

Lo anterior lo enuncio con el fin de entender y retomar la relación que tienen la imagen y el texto escrito en la autorepresentación de los usuarios¹⁴⁷, recordemos que Barthes (1964) describe dos posibles funciones: anclaje y relevo. Así las cosas, y en el caso específico de Ximena, ella aisló las dos dimensiones, es decir, separó la imagen del texto y no las leyó en

¹⁴⁶ Ximena Uribe (La Negra Limonada); 25 años; Mujer que busca hombres y mujeres; México; Profesional en artes visuales. Ciudad de México. Entrevista realizada el 6 de agosto de 2018

¹⁴⁷ En el anclaje, “el texto escrito señala el nivel correcto de percepción que el lector debe elaborar con respecto a la imagen; y en relevo, el texto escrito añade información que no está expresada en la imagen, agregando significado” (Barthes, 1954, p 39).

conjunto, lo que significa un “error” en la lectura de los códigos y el mensaje que el chico quería transmitir.

Hemos debatido un poco de la significación que tiene el lenguaje verbal como mecanismo de representación y autorepresentación, consideremos ahora las diferentes nociones que rodean el espectro de la autorepresentación y la representación desde el campo visual, es decir, desde las imágenes y las fotografías con las cuales los usuarios se representan. Para esto, Luis¹⁴⁸ describe:

*L: “Los usuarios de esta aplicación están sujetos a condiciones específicas de la **imagen**, donde los **estereotipos de la belleza** están bajo un régimen social de lo que el mundo quiere que veamos (...) los medios de comunicación son responsables de esos estereotipos de belleza, de lo que se considera bello o feo”.*

La apreciación de Luis deja ver el poder que tienen la publicidad y los medios de comunicación en cuanto a que son responsables directa o indirectamente de esa noción de lo bello, pues promueven la idea de una realidad vigente; es decir, ideales y aspiraciones sociales, en cuanto a aquello que admira y desea ser. Aun así, no se debe desdibujar que lo que nos muestra que las representaciones de los usuarios de Tinder están sujetas a unos estereotipos moldeados por la misma cultura “tinderiana”, entiéndase, estereotipos como un conjunto de ideas generalizadas y simplificadas sobre la forma de comportarse en un grupo o sobre la misma cultura, para ser más específica:

“los estereotipos como una estructura de pensamiento que comprenden imágenes, creencias, juicios, símbolos y opiniones, donde la fuerza que adquieren los estereotipos, como lo señalan Bhabha (2002) y Butler (2008), es su repetición pues esto hace que se legitime no a través de una demostración, sino a través de una continua repetición” (Iturriaga, 2018: p. 207).

¹⁴⁸ Luis, un hombre bisexual de 28 años, psicólogo y maestro de francés del Colmex. Ciudad de México 10 de septiembre 2018.

En nuestro caso particular, esto podría entenderse como la cantidad de *swipes* que hacen los usuarios de esta plataforma, ahora bien, siguiendo con nuestro análisis Hunter¹⁴⁹ manifiesta que:

H: Tinder es una plataforma donde se califica y se estereotipa a las personas por la representación de su cuerpo en la imagen.

Indudablemente, la acotación de Hunter se conecta con la idea de cómo Tinder ha sido productor de estereotipos idealizados que marcan y rigen la representación de los usuarios dentro de esta plataforma, muy similar a las apreciaciones de Hunter, Sebastián¹⁵⁰ señalaba que:

S: “El usuario debe codificar el sentido de su propia imagen, es decir, si el usuario no se ajusta a esos parámetros de lo que el mercado quiere o desea ver, automáticamente sufre un despojo de la misma red social, que podría traducirse a un proceso de discriminación”.

Lo anterior no es casualidad, pues Tinder además de proporcionar unos recursos para la conexión entre personas, es responsable de nuevos modelos de comunicación y socialización entre los usuarios. Específicamente, Tinder ha moldeado y ha posibilitado una libertad de uso en cuanto a que no marca ningún tipo de restricción sobre cómo el usuario debe representarse dentro de ella. Si bien, al observar sus políticas de privacidad, vemos que ellos expresan de manera puntual: “No te pedimos que te peines con raya y te pongas tus mejores galas; solo te pedimos que tus fotos tengan estilo y sean apropiadas para todos los públicos”.¹⁵¹ Lo que podría traducirse como un espacio libre para la representación, pero ligado a unos condicionamientos de “verse bien y que te vean bien”.

¹⁴⁹ Hunter, seudónimo con el cual se representa, un hombre heterosexual de 26 años, maestro en Estudios de la Imagen de la UAM-X. Ciudad de México Entrevista grupal realizada el 9 de septiembre 2018

¹⁵⁰ Sebastián, entrevista grupal realizada el 9 de septiembre 2018.

¹⁵¹ Tinder: Reglas de la comunidad. Disponible en: <https://www.gotinder.com/community-guidelines?locale=es-ES> Última consulta 10 de noviembre 2018.

Ahora bien, un factor importante de análisis es el comparativo de los modos de representación en las RS de contacto, es decir, cuando observamos panorámicamente las RS de contacto podemos identificar que en su gran mayoría las fotos publicadas en Tinder no son las mismas que se encontrarán en Facebook. Dichas fotos, generalmente muestran la mejor versión del usuario, muchas veces en un espacio individual, como un autorretrato, mientras que en Facebook existen otros cánones de representación, en los que es aceptado y permitido compartir fotos con otros individuos o fotos individuales que tienen otro sentido, un ejemplo esto es el perfil de Ximena en Facebook y el de Tinder (*ver ilustración 23*).



Ilustración 23. Perfiles de Ximena

Fuente: Captura de pantalla tomada de la aplicación Tinder y Facebook

Es evidente que en Facebook “se articulan y se enlazan diferentes narrativas, es decir, en Facebook, se evidencian maneras singulares de relacionarse con el mundo, formas particulares de sentir y de pensar, es una red de experiencias personales y colectivas” (Casasbuenas, 2013: 78). En dicha red social no existe un modelo dominante sobre cómo deben ser tus fotografías, mientras que en Tinder el discurso asociado a la imagen se enfoca en el cuidado estético de las fotografías, justificándolo como “la mejor versión de ti”¹⁵². El

¹⁵² Recordemos que la leyenda “la mejor versión de ti”, es la frase con la cual incias el proceso de registro dentro de la aplicación Tinder.

usuario debe sorprender e impactar al espectador, en este caso a su pareja potencial, mostrándose como algo único dentro de un marco encantador.

En Tinder el cuerpo es leído de manera permanente e inevitable “y que es a través de nuestros cuerpos que procedemos con respecto a los otros, y que no obstante nuestros cuerpos son el sitio en que se encarna el control social” (Figueroa, 2012: 2). Podríamos decir que los cuerpos son un medio primordial de expresión de comunicación no verbal, donde juega un papel de interpretación de nuestras intenciones. Ahora bien, no se puede desconocer que, como lo he mencionado anteriormente, en las últimas seis décadas *el imaginario* de la belleza se le ha entregado a distintos medios de consumo, los cuales se han hecho cargo que la subjetivación del valor estético del cuerpo por sobre todo los otros valores que en él están inmersos (valor simbólico, cultural, religioso, etc.). Los discursos específicos sobre la corporalidad que se han propagado defienden que: los cuerpos deben ser bellos a partir de criterios que los marquen como saludables, bronceados, delgados, jóvenes. Haciendo que “ocurra un traslado del término de belleza hacia el plano físico; es decir que la definición de *belleza se ha impregnado de marketing*, pues esta pasa a representar un capital simbólico que puede adquirirse, perderse o incluso comprarse”. (Rojas, 2011: 8)

De esta manera, podemos distinguir que una sociedad regida por la racionalidad del mercado en donde se compra la belleza y la delgadez, se revela una situación paradójica, en donde “la contribución de los medios al paroxismo de la estética personal no se limita a la revaloración de la imagen, sino que por el contrario estas no sólo nos muestran lo que hay que pensar y apreciar de la estética personal; también nos dictan cómo hay que pensarlo y valorarlo. De modo que al marcar el tipo de consumo que toma al cuerpo como su objetivo, imponiendo unas normas, “este tipo de prácticas, de atención y culto al cuerpo, se ha entendido como una nueva forma de consumo, paradójicamente llamado consumo cultural”. (Rojas, 2011: 8). Lo que para nosotros traduciría procesos y dinámicas de racialización del cuerpo, pues recordemos qué y cómo lo mencione anteriormente tanto *la raza, como el racismo y la racialización, hacen referencia a la forma y la manera en que tanto las desigualdades como las diferencias culturales y sociales se inscriben en los cuerpos de las personas*, en ese

sentido todas las variaciones y deseos potenciales del cómo se debe ver el cuerpo, son subjetivaciones derivadas de procesos y dinámicas de racialización.

En una de las entrevistas realizadas le pregunté a Ximena ¿cuáles perfiles ella consideraba que son los que tienen mayor oportunidad para conseguir una cita en Tinder? A lo que ella respondió:

*X: Que el perfil demuestre que sí eres tú, pues porque hay un montón de perfiles que tiene un montón de **filtros** o que están en ángulos muy lejos y pues uno, es obvio es feo, o de plano las **fotos** que tiene en caricatura y pues también, que se vea una foto de todo **tu cuerpo**, o sea como que realmente sepan que eres tú, como que no ocultes nada pues que al final vas a encontrar a alguien que le gustes así estés bien feo, seguro habrá otra fea que le gustes. Mejor dicho, que no ocultes nada.¹⁵³*

Lo anterior se conecta con la idea de que en Tinder la autorepresentación del usuario es crucial para el “éxito” de los contactos personales; es decir, el “éxito” dentro de la aplicación configura unos modos específicos de representación sobre la foto, ya que es a través de esta que se crea y se le asigna un valor al usuario. Estas fotos, como lo menciona Ximena, deben intentar reflejar no solo una autenticidad proclamada por los demás, sino que su vez deben ajustarse a unos parámetros visuales: el buen uso de las herramientas de edición, como el buen manejo de su corporalidad, la relevancia de “la foto del perfil hace que el aspecto físico sea el elemento principal, a través de la cual el/la usuario/a intenta responder a los cánones de belleza establecidos por el sistema *mainstream*¹⁵⁴ de los medios, olvidándose del resto de aspectos que constituyen la identidad” (Caballero, 2017:36). En esa misma línea le pregunté a Luis¹⁵⁵ ¿qué características físicas para él, denotaban belleza o atractivo?, a lo que respondió:

¹⁵³ Ximena Uribe (La Negra Limonada); 25 años; Mujer que busca hombres y mujeres; México; Profesional en artes visuales. Ciudad de México. Entrevista realizada el 6 de agosto de 2018.

¹⁵⁴ *Mainstream hace referencia a algo que se encuentra en tendencia, que es algo popular.*

¹⁵⁵ Luis Lara; 26 años, hombre que busca mujeres, comunicador social, profesor de francés. Luis habita la colonia Santa Fe, lo que hace que sus respuestas, y la forma en la que él concibe la belleza y los estereotipos estén marcados por un discurso específico de la colonia. Entrevista realizada el 3 de agosto de 2018.

L: Ah, bueno pues sí es un poco el estereotipo occidental, eurocentrista, ojos claros, si los ojos son de color claro, en primer lugar, un plus, también me gustan mucho las chicas con el cabello largo, porque me parece que eso es súper atractivo, me gusta el pelo liso, el liso le da mucho atractivo, sobre todo cuando vez chicas con el cabello muy chino¹⁵⁶, y que hacen el planchado se vean más atractivas, los ojos redondos son más atractivos, los ojos claros son más muy modelo gringo o europeo o las chicas que tiene la piel morena o morena, parecen más latinas, entonces pues yo creo que eso varía.

Podemos identificar que en la valoración que Luis presenta, se evidencian claramente un estereotipo hacia la belleza hegemónica. Con respecto al primer punto, entendemos que los estereotipos de belleza son una serie de características que forman parte de a algo o alguien, a los que la sociedad los somete a un juicio, definiéndolo como lo bello o lo no bello.

Consideremos que la belleza, es una percepción social, contextual e histórica, por lo que no podemos asumir que en todos los grupos humanos hay gente que destaca por ser más bella que el resto. No obstante, esta belleza “natural”, no es siempre apreciada con el mismo patrón: “en las sociedades postcoloniales, al menos, si esta armonía tiene color blanco es doblemente valorada, luce más bella. Y si es cobriza o trigueña no resulta tan ideal” (Portocarrero, 2013: 167), como lo expresó Luis en rigor, nadie es atractivo por sí mismo, sino que el atractivo reside en lo que puede representar para otro.

Respecto al estereotipo racial vemos que, en la primera parte de su afirmación, es él quien enuncia y expresa la idea de un estereotipo eurocéntrico, agrupando una serie de características físicas que para él denotan lo “eurocéntrico”. Hay que mencionar que “el estereotipo como práctica significativa es central a la representación de la diferencia racial” (Hall, 2014:429), es decir, si observamos a lo largo del relato de Luis, vemos que él es quien les asigna unos valores a específicos a lo “gringo y a lo europeo”: “los ojos claros”, y a su vez a los latinos la “piel morena”, esto nos dice y en palabras de Hall (2014) que “nosotros entendemos el mundo por medio de referencias de objetos, gente o eventos individuales en

¹⁵⁶ Cabello chino, hace referencia al pelo crespo: palabras aclaratorias del entrevistado.

nuestra cabeza hacia los esquemas de clasificación generales en los que, de acuerdo con nuestra cultura, encajan” (p.430).

Dicho esto, estos procesos de institucionalización de las categorías raciales se reflejan en mecanismos como los estereotipos, no obstante, lo problemático del asunto “es que los estereotipos cambian, no son estables, por el contrario son mecanismos que se adaptan orgánicamente al tiempo y al contexto social en el que estén inmersos” (Iturriaga; 2018: 207-208), no es lo mismo los estereotipos que están presentes en Facebook a los que están presentes en Tinder; no es lo mismo los estereotipos de la Colonia Santa Fe a los estereotipos de Colonia Milpa Alta¹⁵⁷, siendo esto un caso exagerado.

El Tinder de Santa Fe

En los apartados anteriores expuse cómo con la entrada de las RS en la primera década del siglo XXI modificó las diferentes formas de comunicación tanto personal como interpersonal, de igual modo se trató de exponer la manera como estas ayudan en la industrialización y propagación de ideales, imaginarios y discursos sociales, todo esto a fin de concretar o tratar de responder el cómo los SC, además de ser unas de las plataformas de conectividad y de emparejamiento, también son unas de las herramientas que pone en juego ciertas dinámicas de relaciones sociales que pasan por raza y racismo, dinámicas que parecen inmateriales, pero que aun así persisten en esa unidad social.

Como ya señalé en los fragmentos anteriores, Santa Fe se caracteriza no solo por ser el nuevo centro de negocios con grandes y modernas obras arquitectónicas de la CDMX, sino también por ser una colonia de gente joven, una colonia con una alta demanda de población estudiantil y de población trabajadora y corporativa; ahora bien, lo que no he dicho es que estas

¹⁵⁷ Milpa Alta es una de las 16 delegaciones de la Ciudad de México, la cual se encuentra ubicada en la parte suroriental de la ciudad de México; actualmente Milpa Alta cuenta con una superficie de 228 kilómetros cuadrados. Milpa Alta es la segunda delegación con una importante reserva ambiental dentro del centro del país. Además de esto, dicha delegación, se caracteriza por la comercialización y producción del Nopal (cactus *Opuntia*), peculiaridad que ha resultado en una identidad cultural que desde siempre ha defendido la tierra, los bosques y el ambiente (Rodríguez; 2009: 249-288).

características tanto poblacionales como estructurales se ven fuertemente influenciadas por un sistema signado por la globalización, por el acceso al internet, al avance tecnológico etc.

Si se preguntan por qué retorno el aspecto demográfico de Santa Fe y el aspecto de conectividad y tecnología; es porque estas tres características se encuentran íntimamente relacionadas, no solo por el hecho de que dejan ver quiénes, desde dónde y cómo se conectan; sino también porque reflejan cuáles son las necesidades y los intereses particulares de los individuos no solo al conectarse con el mundo social sino también con el mundo individual.

Recordemos que Santa Fe alberga una gran cantidad de poblacional estudiantil y trabajadora, que podría encontrarse dentro de la matriz generacional, como la *Generación Y* y la *Generación Millennial*¹⁵⁸ y quienes dentro de esta matriz, se caracterizan por su:

“(…) acceso, uso y conectividad tecnológica substancialmente distinta a las generaciones previas donde sostienen una preocupación por los problemas sociales y del medio ambiente, cuestionando el estatus quo y donde a su vez las tecnologías se presentan para ellos/as como inherentes a sus crianzas y prácticas cotidianas, lo que hace que estén siempre conectados, manteniendo relaciones con grupos virtuales” (Barja; 2017: 93)

En comparación con las generaciones anteriores. Sin embargo, observar y predecir los patrones de uso de las redes sociales de estas dos generaciones resulta de vital importancia ya que es aquí donde se puede identificar el cómo, el dónde, el cuál y a qué servidor o aplicaciones se conectan¹⁵⁹.

¹⁵⁸La generación millennial o generación Y., son conocidos también como nativos digitales, se considera millennial a las personas nacidas entre 1982 y 1994.

¹⁵⁹ Según el informe de la encuesta del 2017 del ENDUTIH , en México “el grupo de poblacional con mayor proporción de usuarios de internet se encuentra en el rango de edad de los 18 a 34 años”, donde el 89.7 por ciento de ellos se conectan a través de un celular, cabe señalar que de estos “ocho de cada diez usuarios de teléfono celular disponen de celular inteligente” lo cual revela no solo cual es el rango población con mayor uso de estas tecnologías, sino también desde donde se conectan dichos usuarios, ahora bien, la encuesta también precisa que las principales actividades que estos ejercen dentro de sus dispositivos móviles son: “obtener información (96.9%), concertarse al entretenimiento (91.4%), comunicarse (90.0%), tener acceso a contenidos audiovisuales (78.1%) y acceso a redes sociales (76.6%)”. Frente a este punto es preciso señalar que según un estudio publicado por Nielsen 2017 , en promedio cada persona usa unas 27 aplicaciones móviles, de las cuales “las más comunes tienden a ser los Chats, tales como WhatsApp, Telegram, Snapchat, Line, Hangouts, y otros

Consideremos que aunque para la *Generación Y* como para los *Millennials* la comunicación personal, como la social se encuentran predominantemente mediada por herramientas digitales, existen también diferencias relativas, un ejemplo de esto son las contexto social y político en la cual estas nacieron y se criaron (códigos, aspiraciones, valores, símbolos, etc.), lo que infiere que aunque estos compartan sus apreciaciones y sus valoraciones del mundo tecnológico, no siempre los precede los mismos intereses, un claro ejemplo de lo anterior y del cual ya hablamos anteriormente, es que mi período investigativo a la hora de relacionarme con los sujetos de estudio e indagar en el modo en el cómo estos operan, pude ver que en lo que se refiere a las relaciones amorosas, sentimentales y/o sexuales, dichos acuden a diferentes mecanismos de socialización para lograr un encuentro; en muchos de estos casos, en herramientas digitales como Tinder, Badoo, Grinder, etc.

Frente a esto, es preciso mencionar que estas generaciones *valoran* la calificación y la crítica, sin lugar a duda vivimos en época donde estos caracteres son la base del reconocimiento y de la aprobación tanto para las marcas como para las mismas personas, baste como muestra y es que si observamos todas las aplicaciones que tenemos en nuestro Smartphone¹⁶⁰, todas esas plataformas digitales permiten comunicar y calificar las experiencias, desde experiencias gastronómicas, como el servicio de taxi e incluso los de servicio de hospedaje y más aun plataformas como Instagram, Facebook, Tinder, etc., nos permite calificar a las personas, por su aspecto o representaciones y auto-representaciones.

Lo problemático del asunto en el caso de Tinder, son las distintas formas y modos en el que opera esta crítica; es por esto que el siguiente apartado pretende poder identificar el cómo y a quién se le atribuyen ciertas calificaciones y cómo ciertas calificaciones caerían en

que cada vez se hacen más integrales incluyendo comunicación por voz y video”, en cuanto a las aplicaciones mas populares para “ligar” , Tinder es el rey de las aplicaciones para encuentros casuales y románticos, seguido por Meetic y Happn como ya se había mencionado anteriormente.

¹⁶⁰ Un smartphone es (en su traducción literal del inglés) un "Teléfono Inteligente", para ser mas precisa “Un Smartphone es un teléfono celular con pantalla táctil y un robusto sistema operativo con el que los usuarios pueden conectarse a internet, instalar aplicaciones y llevar a cabo muchas de las actividades que podrían realizar en una computadora.” Lozano, Mauricio. ¿Qué es un Smartphone? ¿Conoce todos los detalles? <https://www.whistleout.com.mx/CellPhones/Guides/que-es-un-smartphone>. (1 de septiembre del 2019)

dinámicas y discursos racistas, todo esto la mira de los usuarios de Tinder de la colonia Santa Fe.

Marcando “posiciones” sobre las representaciones

Diario de campo:

15 de junio de 2019

Durante una cena con unos amigos¹⁶¹ planteé una actividad, en la cual ellos debían analizar y discutir alrededor de las representaciones de los sujetos de Tinder; es preciso mencionar que para esta actividad capté la atención de todos los participantes, mediante la interacción grupal en Tinder, es decir: todos viendo el mismo dispositivo móvil y jugando al mismo rol (el de observadores y jurados). En la sesión, que duró aproximadamente una hora o un poco más, se analizaron unos 30 perfiles todos usuarios de Santa Fe; en cada perfil nos deteníamos para analizar las fotos del usuario, así como sus auto-descripciones.

*Dentro de las discusiones que se abrían alrededor de esta dinámica escuché reiteradamente frases como: “Qué tal este güerito”, “uff mirrey total”, “Qué tal esta **chava** ¹⁶²tan guapa”, “No, ese si no, ni a bate¹⁶³”, “¡Ayyy! pero ese aguanta”, “Ahh... qué tal este”; frases que casualmente iban acompañadas de algún gesto, gestos de desagrado o gestos de picardía; debo precisar que específicamente estos hechos me recordaron la noción de los discursos ocultos.*

Al observar el dinamismo que los participantes estaban teniendo en la actividad, quise que nos detuviéramos analizar a profundidad cuatro usuarios específicos de la plataforma, (ver ilustración 25) un hombre de 33 años y una mujer de 26 años usuarios de Tinder de Santa Fe y otros dos usuarios no eran de la zona de Santa Fe (ver ilustración 26) un hombre de 27 años y una mujer de 30 años; es preciso aclarar que estos otros dos perfiles los habían conectado con anterioridad, en otra zona de la ciudad.

¹⁶¹ En la actividad participaron cinco personas que residen en Santa Fe.

¹⁶² Chava refiere al termino femenino, específicamente este termino se emple en mujeres jovenes

¹⁶³ Ni a bate es una expresión coloquial para referirse a una acción que no se ejecutaría ni por equivocación, esta expresión es usada tanto en México como en Colombia

A modo general los dos primeros usuarios se les adjudicó las categorías de: güeros, interesantes, muy de Santa Fe, cero Godínez., mientras que a los otros dos las categorías asignadas fueron: **morenitos, naco, godin**; es preciso mencionar que la primera observación que uno de ellos hizo al ver estos dos últimos perfiles fue: “Ah, pero mira estos ya no son de Santa Fe”, a lo que otro respondió inmediatamente “sí, se nota (risas)”.



Ilustración 25. Fotos de caracterización 1

Fuente: Captura de pantalla tomada de la aplicación Tinder

Al escuchar sus observaciones cuestioné a los participantes el por qué estas categorías a los primeros y no otras, a lo que respondieron:

“Pues linda. Si eres **lindo**, eres lindo...y los dos primeros chavos están bien lindos (risas), los otros no es que sean feos, solo que ¡no!”

“Joy... hay una clara **diferencia** entre las personas que viven y los que trabajan acá, claramente ellos no son personas que trabajen en la zona, o bueno de pronto sí trabajan, pero tienen buenos cargos, probablemente por la hora si viven acá en Santa Fe”

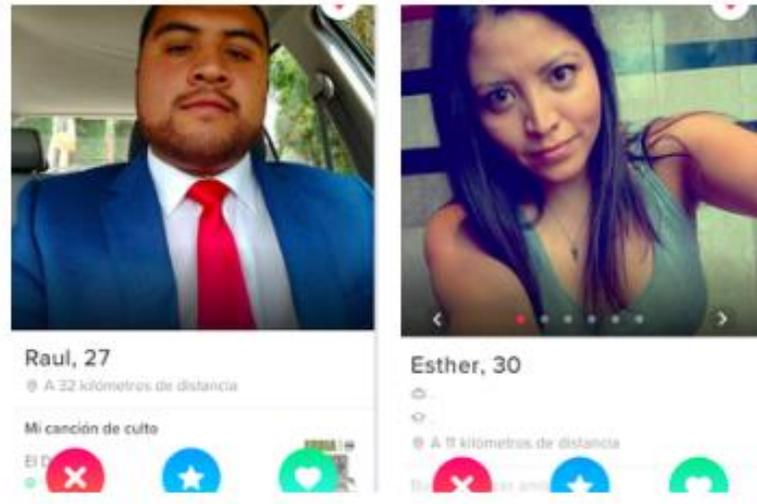


Ilustración 26. Fotos de caracterización 2

Fuente: Captura de pantalla tomada de la aplicación Tinder

Frente a las observaciones de los otros dos perfiles, volví y les hice la misma pregunta:

*“Joy¹⁶⁴...no quiero sonar mal, pero claramente estos perfiles son totalmente diferentes, solo vele las **fotos**, lo que escriben como lo escriben, sus fotos”*

*“Este chavo si es puro **Godínez**, vele la cara no mas... en cambio el otro no, el otro es súper güerito y este es un poco más **naco** (risas)”*

*“La chava, no es que este **mal** solo que esta un poco morenita y pues sus fotos en el baño no le ayudan para nada”*

*“La **morrita** no es que este tan mal, solo que no es mi tipo, prefiero la primera güerita”*

Finalmente cerré la actividad preguntándoles que con cuál de los cuatro perfiles tendrían una cita, o saldrían a lo que tuve respuesta:

*“Sin duda, con el primer **güerito**, pero prefiero el primero se ve más mi estilo, más como yo”*

*“Voy a sonar **racista**, pero prefiero la **güerita monita** que la otra chava”*

¹⁶⁴ Joy, es el apodo que me adjudicaron mis amigos.

*“Linda, es que cómo nos vas a poner a comparar entre unos **morenitos** y otros todos **blanquitos** (risas) eso no se hace, pero si me tocara escoger, con lo primeros”.*

Al terminar la actividad, nos quedamos discutiendo alrededor de las representaciones de los usuarios en Tinder de Santa Fe, sobre la importancia que adquiere la imagen y la auto descripción del perfil en Tinder.

Dentro de los comentarios generales, pude escuchar a Luis diciendo:

*“En general, los usuarios de esta aplicación están sujetos a condiciones específicas de la **imagen**, donde los **estereotipos** de la belleza están bajo un “régimen” social de lo que el mundo quiere que veamos ... los medios de comunicación son **responsables** de esos estereotipos de **belleza**, de lo que se considera **bello o feo**...”¹⁶⁵.*

En sincronía con Luis, Camila afirmaba que:

*“Tinder es una plataforma donde se **califica** y se **estereotipa** a las personas por su cuerpo por su imagen, indudablemente en Santa Fe hay otras dinámicas, la gente se desarrolla de una forma diferente, un poco más sofisticado, más elegante, más deseable...”¹⁶⁶.*

Hunter al escuchar su posición, expresó:

*“Obvio Cami, pero también ponte a pensar que acá hay mucha gente, cuando yo me meto a Tinder en la mañana me salen un montón de **morritos** que nada que ver, y ya si me conecto en la noche la cosa cambia, ya me salen **otros** personajes”.*

Con la anécdota anterior, queda claro que “Santa Fe es un espacio diferenciador en muchos sentidos, en donde se tiene en alta estima por los estilos de vida y por los códigos socioculturales homogéneos” (González; 2018 :339) queda claro que los estereotipos presentes de la colonia sumados a otros factores reproducen discursos racistas, queda claro

¹⁶⁵ Luis, un hombre bisexual de 28 años, Psicólogo, Maestro de francés del COLMEX.

¹⁶⁶ Hunter, seudónimo con el cual se representa, un hombre heterosexual de 26 años, maestro en Estudios de la Imagen de la UAM-X. Ciudad de México Entrevista grupal realizada el 9 de septiembre 2018.

que en México hay ciertas formas tácitas de segregar por el color de la piel y por la clase. Y es que si bien es cierto casi todos los que habitamos en este país, y específicamente esta colonia, hemos escuchado decir que “esa chica/o está güera” o que “esa chica/o es fresa” o “esa chica está muy prieta o muy chaca” y casualmente las primeras expresiones no solo corresponde a una persona de tez blanca y la segundas a una tez morena; vemos que estas expresiones también responden a un color de piel y a una condición de clase. Es evidente que en éstas y muchas otras expresiones de la vida cotidiana se evidencian un racismo espontaneo y naturalizado, finalmente, estos estereotipos sumados a otros factores continúan siendo reproducidos a través de los discursos sociales, específicamente a través de los medios de comunicación tanto analógicos como digitales.

Ahora bien, consideremos, de acuerdo con Jesús Martín Barbero (2002), del mismo modo que los medios tradicionales “las tecnologías no son neutras pues hoy más que nunca ellas constituyen enclaves de condensación e interacción de intereses económicos y políticos con mediaciones sociales y conflictos simbólicos, pero por eso mismo ellas son constitutivas [...] de las nuevas formas de ciudadanía” (p. 18). La pregunta a partir de lo anteriormente descrito, sería: ¿si lo virtual es algo distinto de lo real?, o ¿si las personas elaboraban y experimentan en uno y otro escenario? Rulo¹⁶⁷ menciona la discriminación y la racialización que se produce en Tinder:

R:La discriminación o racialización que se encuentra en Tinder creería que se basa en algoritmos de inteligencia emocional específicos, que el usuario desarrolla a lo largo del mismo uso de la aplicación, ya que la aplicación recolecta información específica sobre las personas que tengan las mismas afinidades, es decir, los intereses, los gustos, el espacio geográfico específico donde se encuentran... Es desde ahí que creo que funciona la discriminación en Tinder.

¹⁶⁷ Rulo, 32 años, ingeniero de sistemas, vive en el mismo edificio que yo. Ciudad de México 9 de septiembre 2018.

Es preciso mencionarlo nuevamente: discriminación no es lo mismo que racialización, aunque sus definiciones aparenten ser similares. Chávez (2018) citando a la INADI (2013) propone que discriminar:

[...]“es marginar a una persona o grupo de personas, en relación con determinadas características, como el género, sus creencias religiosas o políticas, su nacionalidad, su situación social o económica, su orientación sexual, su edad, su pertenencia a un pueblo indígena, sus características físicas, por las cuales se lo trata como inferior, negando sus derechos y oportunidades [... la] racialización es entendida como la existencia de múltiples fuentes de producción de categorías, las cuales se organizan de acuerdo a agendas distintas, no necesariamente coordinadas y en no pocos casos, divergentes” (p.481).

Así las cosas, la racialización no produce categorías unificadas y estables, más bien genera una multiplicidad de significados que tienden a desestabilizar cualquier principio coordinado. Si exploramos la idea de que el racismo que se presenta en Tinder es justificado por una serie de algoritmos diseñados por el equipo de especialistas en tecnología de la aplicación, no sería tan descabellado. El CEO de Tinder, en una entrevista que le hizo Fastcompany 2018¹⁶⁸, confirmó que construyó un algoritmo que le llevó más de dos meses, pues tenía en cuenta muchos elementos. Agregó, además, que el funcionamiento interno de Tinder es más complicado e incluye un sistema que clasifica a sus usuarios dependiendo de su nivel de “deseabilidad”, por lo que el algoritmo “no se basa únicamente en el atractivo que transmita la foto de perfil, también tiene en cuenta cómo reaccionan el resto de los usuarios al visualizar nuestro perfil”. Aun así, atribuirle únicamente la responsabilidad a la aplicación sobre los diferentes procesos y dinámicas de racialización que despierta, me parece peligroso y un poco engañoso, pues pienso que va más allá de un algoritmo diseñado por un sistema tecnológico.

¹⁶⁸ Locker, Melissa. Tinder CEO Elie Seidman runs a digital company, but loves paper and pen. <https://www.fastcompany.com/90287554/tinder-ceo-elie-seidman-runs-a-digital-company-but-loves-paper-and-pen> (8 de noviembre del 2019)

H: “La discriminación empieza desde el momento que el usuario decide utilizar la aplicación; no reconocer que esto pasa sería hipócrita”¹⁶⁹.

Retomando la idea que expone Hunter, a pesar de que este fragmento no hable directamente de los procesos y o dinámicas de racialización, sino que por el contrario habla de los “procesos de discriminación”, podemos poner en evidencia tres nociones.

- La primera es que estar presente en internet o en una red social nos permite metamorfosearnos en un ser público, el cual es cobijado por un anonimato que permite ocultarnos de los ojos del mundo detrás de un ordenador, y el cual nos faculta ser quien queramos, escribir todo lo que queramos, *stalkear*¹⁷⁰ a quien queramos y obviamente criticar a quien queramos.
- La segunda noción parte de la idea de que “nadie publica para no ser visto”, como fue expuesto anteriormente.
- Y la tercera noción corresponde a que las redes sociales, se han transformado en un ambiente en el cual se ha normalizado la discriminación y las distinciones entre los grupos, es decir, las redes sociales han legitimado formas de ser, actuar y pensar que se permean en todos los aspectos de la convivencia social, y dentro de los cuales se esconden estereotipos y prejuicios.

En ese orden de ideas, cuando un usuario discrimina es porque le ha otorgado mayor valor a unas características las cuales han sido validadas socialmente, mientras que cuando se devalúan ciertas características de los *otros* se hace con el fin de ponerlos en una situación de inferioridad para poder “dominarlos”. Las RS se han convertido tanto en la vía perfecta para ser sujeto o para burlar al otro como para promover distintas dinámicas de discriminación y racialización, y, como diría Hunter, no reconocer que esto pasa sería hipócrita. Ahora bien, en una de las entrevistas grupales les pregunté por las dinámicas y las

¹⁶⁹ Hunter, seudónimo con el cual se representa, un hombre heterosexual de 26 años, maestro en Estudios de la Imagen de la UAM-X. Ciudad de México Entrevista grupal realizada el 9 de septiembre 2018

¹⁷⁰ Este término se deriva del inglés, del verbo «to stalk» que equivale a «acosar».

formas de uso de la aplicación con el fin de poner en evidencia cómo se producían dichas prácticas racistas dentro y fuera de la plataforma:

1: Usualmente lo uso cuando estoy peda¹⁷¹ o aburrida, entonces pues si no le presto mucha atención a los chavos que me aparecen¹⁷²

*2: Generalmente le doy match a todos, no miro sus fotos ni sus descripciones, algo tendrá que salir, además Tinder es una plataforma que **segmenta** por categorías a todos los usuarios. Tinder es “inteligente”, tiene la **capacidad de categorizar** a todos los usuarios, es por eso que siempre te salen los que posiblemente te van a gustar¹⁷³*

A partir de esto pude identificar dos aspectos relevantes: el primero es que la forma en la que interactúan los usuarios dentro de la aplicación está sujeta a unas condiciones específicas de espacio y tiempo, es decir, los usuarios generalmente no hacen uso de esta aplicación de manera consciente, sino que por el uso de Tinder es un momento de esparcimiento, un momento de ocio, pues recordemos y parafraseando a Viñals (2013) el ocio, es y se considera cómo un ámbito de desarrollo humano y realización personal, no solo porque ha facilitado el desarrollo de una industria de contenidos digitales, sino también porque este ha permitido que sea una experiencia humana satisfactoria, ya que no solo o involucra un pasatiempo y diversión, sino también involucra proceso de formación, concebido por las herramientas tecnológicas y sociales útiles y beneficiosas en términos de participación, colaboración, aprendizaje y desarrollo en red, lo que significa que dichos espacios sean vitales para el desarrollo libre de las personas. En cuanto a esto, Forbes México (2015)¹⁷⁴ en uno de sus informes reporta que el tiempo promedio de conexión por persona el cual podría considerarse como ocio, es de 5 horas y 36 minutos, 26 minutos al día, en el caso particular de México, “los usuarios mexicanos poseen 5 redes sociales, de las cuales hacen uso de forma activa 2.7 de ellas”, Facebook, YouTube, Instagram, Twitter y Snapchat, ya que estas combinan

¹⁷¹ Peda es un adjetivo femenino y/o masculino, para describir a una mujer y/o hombre alcoholizada/o

¹⁷² Ximena Uribe (La Negra Limonada); 25 años; Mujer que busca hombres y mujeres; México; Profesional en artes visuales. Ciudad de México. Entrevista realizada el 6 de agosto de 2018

¹⁷³ Rulo, 32 años, ingeniero de sistemas, vive en el mismo edificio que yo. Ciudad de México 9 de septiembre 2018.

¹⁷⁴ Forbes México. ¿Cuánto tiempo pasas en redes sociales? <https://www.forbes.com.mx/cuanto-tiempo-pasas-en-redes-sociales/> (02 de febrero del 2019)

nutridos paquetes de información y a su vez facilitan las relaciones sociales, las relaciones laborales y las relaciones afectivas. Ahora bien, en cuanto a las redes sociales de ligue, Tinder sin lugar a duda es la pionera puesto que dentro de esta plataforma los usuarios han encontrado no solo una oportunidad para entablar relaciones mientras sigue con sus labores diarias, sino que además se ha convertido en un espacio de validación tanto de su auto-representación, como de la representación de los demás usuarios.

El segundo aspecto es que presuponen que todos los posibles prospectos que le arroja Tinder cumplen con sus requisitos y expectativas, lo que hace que no se le preste mayor atención al contenido visual. Aun así, no se puede desconocer que existen dinámicas de racialización evidentes como, por ejemplo, el caso que expuso de Federico:

*F: “obvio no le presto mucha atención a todas las fotos, pero sí cuando me sale una **morrita** la paso y sigo con las otras chavas”¹⁷⁵.*

Es decir, el acto de “pasar” a dicha mujer indica dos cosas: la primera es que “pasar” refleja un imaginario, unas categorías, unos estereotipos internalizados por él, pongamos como ejemplo las categorías de los “fresas”, “los mirreyes”, “los güeritos”, “los godines”, “los morros y las morra” etc., las cuales indudablemente representan y presuponen dones y valores que finalmente lo que recrean es una estigmatización del sujeto.

El segundo factor, es que el hecho de “pasar” representa una dinámica de racialización, pues responde a un patrón de comportamiento, una conducta cotidiana y a su vez un mismo discurso; ahora bien, es preciso decir que quizá y muy probablemente estas cuestiones llegan a ser repetitivas en las prácticas del sujeto pues dichas pueden presentarse en los dos escenarios (el online y offline), como actos de verdad, como actos hegemónicos del sujeto.

Finalmente, debo agregar que tanto el acto de pasar sumado a los comentarios y las intervenciones de las personas que actúan dentro y fuera de lo *online* ejercen influencia en

¹⁷⁵ Federico, 26 años. Ciudad de México 10 de noviembre del 2018.

los *otros*, creando una dinámica a partir de la cual se establecen posiciones, se construyen mensajes y se transmiten valores culturales de racismo, y tristemente al no ser un ente vigilado por alguna entidad que trabaje la lucha contra el racismo; los usuarios son quienes regulan, normalizan y estandarizan dinámicas y discursos racistas, todo bajo la normativa de lo que ellos consideren desde Santa Fe, como lo apreciado, lo anhelado: lo güero; y lo que no corresponde: lo morro.

Reflexiones finales

“La magia del racismo y el clasismo en México es que no lo vemos, ni siquiera lo notamos. Y cuando alguien nos lo señala, nos enojamos de que nos llaman racistas o clasistas” ¹⁷⁶.

La historia de México está marcada por el racismo y la discriminación hacia muchas poblaciones del país, sin lugar a duda y como lo vimos, sus expresiones han sido diversas y enigmáticas. Esta investigación se enfocó en estudiar las dinámicas de racialización de los usuarios de Tinder de la colonia Santa Fe, partiendo de la idea de que el racismo tiene y ha tenido un carácter multidimensional, de que la raza que no existe y de que las representaciones son construcciones socioculturales.

Recordemos que para esta investigación transité dentro de tres herramientas de análisis: la observación participante en el campo, entrevistas semiestructuradas y finalmente, una reflexión auto-etnográfica; las cuales me permitieron identificar las dinámicas de racialización que se evidencian en la plataforma Tinder, según la representación de los usuarios de la colonia Santa Fe.

¹⁷⁶ El País, 'El racismo que México no quiere ver. <https://www.youtube.com/watch?v=-cWUtzXsKw> (7 de diciembre del 2019)

Comenzaré por señalar que, con la entrada de las RS en la primera década del siglo XXI, se han modificado las diferentes formas de comunicación, tanto personales como interpersonales. De igual forma conviene señalar que las RS, que forman parte del internet, se convirtieron en una herramienta de propagación viral y sistemática de ideales, imaginarios y discursos sociales, y que a su vez, han sido responsables de los “nuevos” modelos de representación del sujeto que las usa, así como la producción de un nuevo sujeto disponible y localizable.

Teniendo en mente esto y sin dejar de lado que las RS se han convertido en un aparato de comunicación masivo, el cual ha fragmentado las fronteras de lo intangible, debemos reconocer además que las RS se han transformado en las plazas públicas más grandes que existen en la sociedad actual, toda vez que no hay ningún otro espacio que articule simultáneamente a tantos millones de personas, en torno al esparcimiento y el ocio.

Es importante resaltar que la inmediatez de la comunicación en las plataformas virtuales ha permitido que la propagación de discursos y prácticas racistas acaparen a un mayor número de usuarios, ya que al ser un escenario público en donde reina la posibilidad de representarse a sí mismo y al *otro*, este tipo de expresiones tienden a propagarse y multiplicarse con mayor facilidad, a diferencia de las interacciones que se dan cara a cara.

Adicionalmente, conviene subrayar que, como dijo Hine (2004), tanto el internet como las RS han sido representados como una instancia de múltiples ordenes espaciales y temporales que cruzan una y otra vez la frontera entre lo *online* y lo *offline*; y que además han servido de potencializadores de discursos racistas, ya que, como artefacto cultural, reproducen procesos sociales, significados y percepciones de quienes participan en ellas, lo cual permite que todas aquellas interacciones que se produzcan *online* se resignifiquen en los dos planos.

Retomando el plano *offline* de la colonia Santa Fe, pude evidenciar diferentes aspectos: el primero es que los jóvenes (24 a los 35 años) que son usuarios de Tinder, no buscan encuentros románticos sino físicos y sexuales, haciendo que los atributos que les atraen de las fotografías de los *otros* usuarios se vuelvan más significativos, lo cual pone en evidencia

su construcción de un sujeto deseable (fresa, güero o “eurocéntrico”, como ellos mismos lo manifestaron), dejando en entredicho sus prejuicios de raza y clase.

Ahora bien, debo agregar que los resultados y el análisis posterior tanto de las entrevistas como de la etnografía, me permitió inferir que las identidades y las relaciones que se representan en el Tinder de Santa Fe presuponen formas tradicionales de la presentación del género, pues, tal y como se encuentra en los resultados, ninguno de los hombres o mujeres analizadas en esta muestra, presentan rasgos de género diferentes a los que se les puede asociar a su sexo. Es decir, las mujeres se representan de manera “femenina” y los hombres por su lado de manera “masculina”, esto especialmente en las relaciones heterosexuales, lo cual perpetúa esos estándares heteronormativos de la representación de los sujetos frente al *otro*.

Es aquí en donde encontramos el valor que adquiere la fotografía dentro de este panorama, puesto que, al ser un código de comunicación, guarda representaciones tanto del espacio *Offline* como *Online*. Teniendo esto en mente, debo mencionar que al considerar las fotos como elemento de comunicación y al analizar las preferidas de los usuarios de Tinder de Santa Fe, evidencié que aunque a nivel formal el retrato es una de las condiciones con mayor predominancia en esta red social, el auge de la selfie parece haber tomado campo, ya que se ha convertido en una de las herramientas predominantes para la auto-representación de usuarios, además en lo que respecta a los ángulos y los espacios donde se toman estos retratos. Tanto las mujeres como los hombres prefieren los espacios abiertos (espacios emblemáticos de la cultura o del consumo, por ejemplo) que den muestra de sus condiciones de clase y su capacidad adquisitiva; en cambio los espacios cerrados como el baño, no son bien vistos por los usuarios de Santa Fe.

Lo evidente fue que los habitantes de la colonia Santa Fe difunden, a través del uso de Tinder, estereotipos y estigmas que racializan a una parte de la población, lo que ha sido establecido históricamente bajo ciertas relaciones de dominación. Recordemos que, como lo menciona Bourdieu (2011), las formas de dominación, en algunos casos, poseen más intensidad si quienes las ejercen tienen *capitales culturales y económicos más valorados en determinado*

campo, y es que ciertamente y como lo vimos, Santa Fe “es un espacio físico particular; es una idea poderosa de modernidad y globalización; es un campo de poder económico; es un lugar que puede resultar fascinante u hostil; es un ambiente con dinámicas espacio-temporales particulares; es un barrio dador de estatus y prestigio; es sinónimo de transformación y evolución;”. (Pérez; 2018:339 en González y Martínez; 2018). Tinder en Santa Fe es un campo de batalla entre la superioridad y la inferioridad que han constituido los mismos habitantes de la zona.

Ahora bien, recordemos que en nuestro caso particular, estos agentes de dominación corresponden específicamente a los “fresas”, “los mirreyes”, “los güeritos”, etc., que habitan la colonia y que los agentes inferiores corresponden a los “nacos”, “prietos”, “morenos” etc., que trabajan o viven en los cordones de miseria alrededor.

Cabe señalar que la construcción del significado de estas categorías se deriva del proceso de quién las enuncia y quién las interpreta, puesto que dichas categorías llegan a ser epíteto y a su vez polisémicas en el sentido que adquiere un movimiento permanente dentro de las sociedades en las resignifique.

En el caso puntual de la categoría de “bello” en la colonia Santa Fe, vemos que el concepto de la belleza ha adquirido ciertas variaciones en el campo de estudio, puesto que al ser una condición y una valoración que presupone unos estigmas y unos estereotipos sociales marcados por los agentes dominantes de la colonia; lo *bello* entonces representa en sí mismo variaciones que la cultura dominante ha enunciado históricamente y en el presente continúa haciéndolo. Indudablemente, como vimos a lo largo de esta investigación, lo *bello* es lo *güero*, blanco, lo estéticamente aprobado y deseable, acorde con las variaciones “positivas” que refieren medios de comunicación y mercantilización. En la repetición de lo *bello* se produce la alteridad: lo *feo*, *naco*, lo negado y marginalizado, asociado a las características fenotípicas indigenizadas: lo *morro* o moreno; categorías que en su aplicación *online* y *offline* terminan por legitimar las dinámicas de racialización en la colonia.

Lo problemático sin lugar a duda es que, aunque este país y esta ciudad se enuncie como una unidad nacional, la cual defiende sus raíces, su cultura, sus comidas, sus orígenes, su gente etc., al estigmatizar el cuerpo como un mecanismo de representación de lo que es aprobado y negado, su naturaleza mexicana, sus dones y su belleza se desdibujada, puesto que al prevalecer todos esos dones y valores que refieren la blanquitud, la identidad mestiza de la que se adulan como “belleza nacional”, deja de marcar los cuerpos para adoptar representaciones de lo blanco, es decir, los cuerpos se someten a un *tunning* donde se favorecen todos aquellos rasgos que denoten una supuesta “mejora de sus condiciones socio-culturales”. En otras palabras, es evidente que en las fotos de los usuarios de Tinder de la colonia Santa Fe existe un permanente monitoreo corporal por recrear y prevalecer los estereotipos blancos, mas no por difundir lo que sus raíces significan. Sin lugar a duda, estas dinámicas reflejan el modo en el que opera el racismo como marcación estatizada de los cuerpos, atributos que además se enmarcan dentro de la clase, así como también, son reflejo del modo en el que opera el neoracismo en las plataformas *Online* y *Offline*.

Ahora bien, del mismo modo pasa y opera con los dones que los usuarios refieren dentro de su representación, puesto que estos llegan a estar íntimamente asociados con los códigos aprendidos fuera de línea (*offline*). Aún así, recordemos que “los dones no solo son susceptibles de intercambio (“esto es lo que tengo para mostrar”), sino que también son atributos deseados, aspiraciones que se depositan en el otro (“esto es lo que quiero recibir”)” (Paniagua 2017: 77). En este sentido, los dones no llegan a ser solo una dádiva, sino también llegan a ser una expresión de anhelo y de intercambio recíproco. Ahora bien, lo anterior denota nuevamente el modo y la forma en la que se perpetúan las relaciones de dominación en esta colonia, puesto que al valorar y resignificar un espacio o unos dones, no exime al usuario de una representación positiva, por el contrario refuerza la construcción del cumplimiento de estigmas sociales, de lo que pertenece y de lo que esta en el lugar.

Finalmente, y a lo que quiero llegar es que Tinder es y ha sido una fuente valiosa para estudiar la creación de imaginarios y estereotipos culturales que las sociedades interpretan como las *diferencias del otro*, en función de que son mejores o peores que las suyas, puesto que, y como menciona Iturriaga (2018), “el hecho de racializar no sólo incurre en aspectos como el

color de la piel, sino también a un conjunto de referentes culturales que configuran al *otro* como distinto: de dónde viene, con quién se lleva, qué hace, cómo se viste, de qué habla, cómo habla” (p. 108, énfasis propio) y, aunque en Tinder cada usuario ha sido *aparentemente* responsable de la construcción de su propio modelo de representación, dichas decisiones son solo un reflejo de las formas en las que opera el sistema *capitalista contemporáneo*¹⁷⁷, frente a la marcación de los cuerpos como expresiones de deseo y anhelo, teniendo esto en mente, lo problemático del asunto es que nuevamente se evidencia el desdibujamiento de la naturaleza de los cuerpos e imprime en ellos unos estereotipos racializados, que responden a todos esos donde y valores que se aprecian.

Así las cosas, me permito citar lo que mencioné anteriormente y es que “*el racismo se comporta de forma distinta en función de los contextos en lo que se reproduce, por lo que sería contradictorio tomar por supuestos*”. *Lo cierto es que se trata de un problema que se ha trasladado a las redes sociales, produciendo discursos ocultos pero públicos a la misma vez. Cabe señalar que, parafraseando a Hine (2004), el comportamiento del racismo en estos contextos virtuales es aún un campo de estudio por explorar, sobre todo en lo relativo a las peculiaridades que las características de las redes sociales, especialmente Tinder, se pueden imprimir lógicas tradicionales de funcionamiento del mismo.* En el caso específico de lo *online* y lo *offline*, hay que reconocer que se conectan entre sí de maneras complejas y muchas veces difusas, dado que, además de ser un espacio en el que ocurren las interacciones virtuales, se produce socialmente y a la vez se nutre de una tecnología cuya base es también social, lo que en muchas ocasiones dificulta la distinción de estas dos.

Así las cosas, lo problemático del asunto es que la racialización que se presenta en esta RS para ambos géneros va más allá de una condición de la autodefinición, puesto que en esta

¹⁷⁷ Le propongo al lector revisar el concepto de capitalismo cognitivo de Felix Guattari y Gilles Deleuze: "Las nociones de "capitalismo cognitivo" o "cultural", propuestas por el grupo de pensadores ligados a Toni Negri y a la revista francesa *Multitudes* a partir de los años noventa, son herederas de la idea que permea toda la obra de Deleuze y Guattari acerca del estatuto de la cultura y de la subjetividad en el régimen capitalista contemporáneo. [Véase en castellano: Maurizio Lazzarato, Yann Moulier Boutang, Antonella Corsani, Enzo Rullani et al., *Capitalismo cognitivo. Propiedad intelectual y creación colectiva*, Traficantes de Sueños, Madrid, 2004, accesible en <<http://traficantes.net/>>]." (tomado de https://transversal.at/transversal/1106/rolnik/es?hl=capitalismo%20cognitivo#_ftn5 el 1 de mayo de 2020)

plataforma los usuarios demuestran mayor interés a las condiciones ligadas a la autorepresentación, donde prevalece un interés hetero-normativo de la belleza, donde se premia la delgadez, los cuerpos estereotipados, la blanquitud y se castigan los cuerpos que se salen de estos cánones culturalmente producidos para ser dominantes. En otras palabras, dicha herramienta ha adquirido la capacidad de propagar ideales, imaginarios y discursos sociales de forma viral y sistemática, discursos que finalmente transitan entre los planos *online* y *offline* permeando ideales de representación y auto-representación de los usuarios, muchos de ellos incurriendo en valores estéticos racializados (como lo vimos con la cuestión de las categorías).

Entonces, sólo al percatarse de cómo operan los usuarios de Tinder de la colonia Santa Fe, se puede medianamente dar luz de cómo estos sistemas de racialización *offline* operan, puesto que el/la usuario/a de Tinder responde e intensifica la repetición de los estándares de género, la clase y la raza. De allí que, tanto los estereotipos como las categorías racializadas, coincidan con construcciones sociales que comprenden relaciones de dominación, objetivadas en instituciones o normas, y también en esquemas de percepción, los cuales devienen en procesos de naturalización del neorracismo, históricamente constituidos.

Finalmente, esta tesis es una pequeña contribución al tema que nos ocupa, sin embargo, no se puede desconocer que quedaron varias preguntas por contestar: ¿Cuál ha sido el papel del gobierno estatal en la producción y reproducción del racismo en Santa Fe?, ¿Qué posición tienen los usuarios que viven en el cinturón de miseria, frente a la reproducción y propagación de estos estereotipos marcados en la zona corporativa?, ¿Cómo responde el grupo racializado a las prácticas discriminatorias?

Referencias Citadas

- Alcaraz Olmos, Antonia. 2018. Alteridad, migraciones y racismo en redes sociales virtuales: un estudio de caso en Facebook. REMHU, Rev. Interdiscip. Mobil. Hum. (26): 41-61.
- Arias, Patricio. 2002. La cultura como respuesta contra-hegemónica. En: Abya- Yala (ed), *La cultura. Estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia*. Pp. 85-97. Quito: Abya- Yala
- Arriaga, Antonio. 1966. Vasco de Quiroga, fundador de pueblos. Revista Estudios De Historia Novohispana (1): Pp. 33- 45.
- Arias, Julio y Restrepo, Eduardo. 2010. Historizando raza: propuestas conceptuales y metodológicas. Revista Crítica y Emancipación (3): 45-64.
- Arriaga, Arango Eduardo .2013. Racismo y discurso en la era digital: el caso de la revista Hola y los discursos en las redes sociales. Discurso & Sociedad (4): 617- 642
- Barthes, Roland. 1964. Retórica de la imagen. Revista Communications (4): 29-47
- Bhabha, Homi. 2002. “La otra pregunta, El estereotipo, la discriminación y el discurso del colonialismo”. En: Ediciones Manantial SRL (ed.), *El Lugar de la cultura*. Pp. 91-110. Buenos Aires: Ediciones Manantial SRL
- Balibar, Etinne. 1988. “¿Existe el neorracismo? En: Casimiro Sains (ed.), *Raza, Nación y Clase*. Pp: 31-48. Paris: IEPAL
- Banton, Michael. 1967. The race concept. New York: Zubaida
- Barbero, Jesús Martín. (2002). Tecnicidades, identidades, alteridades: desubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo. En: Dia-Logos de la Comunicación (15): 8-29.
- Barja, Cristian. 2017. La inteligencia a través de las generaciones: Millennials y centennials. Acta de Investigación en Psicología (8): 90-100
- Bracho, Jorge. 2009. Narrativa e identidad. El mestizaje y su representación historiográfica. *Revista Latinoamericana*. (2009/1): 55-86
- Bourdieu, Pierre. (2011). Las estrategias de la reproducción social. Argentina: Siglo Veintiuno Editores S.A

- Bürki, Yvette. 2014, “Prácticas discursivas y estereotipos: la figura del naco en la sociedad mexicana actual”. *Revista Nuevas Narrativas Mexicanas*. (2): 399-427
- Caballero, Antonio. 2017. Representaciones de género en las redes móviles de contacto. *Prisma social* (2): 31-56
- Castro, Gómez Santiago. 2000. Althusser, Los estudios Culturales y el concepto de ideología. *Revista Iberoamericana* (193): 737-751.
- Casasbuenas, María José. 2013 “Tecnolobas: una experiencia imágenes, tecnologías y subjetividad”. Tesis, Estudios Culturales. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá
- Chavez, Eduardo. 2018. La discriminación como una forma dinámica de desigualdad. El caso de preadolescentes y adolescentes en el Ámbito Metropolitano de Buenos Aires. *Estudios Sociológicos* (XXXVI):479-506
- Colegio de México. 2018. “Desigualdades en México 2018”. Informe a la Red de Estudios sobre Desigualdades. Ciudad de México
- Evalúa. 2010 “Índice De Desarrollo Social De La Ciudad De México (Ids Cdmx) Por Colonia O Barrio”. Informe para el Gobierno de la Ciudad de México. Ciudad de México
- Fernández, D. F. (2017). Entendiendo relaciones de pareja en la era de Tinder: análisis cualitativo y propuestas educativas. Trabajo de grado. Departamento de Psicología. Universidad de Oviedo. Oviedo
- Figueroa, Mónica. G. 2012. “Linda morenita”: El color de la piel, la belleza y la política del mestizaje en México¹. *Revista Entretexos de La Universidad Iberoamericana*, (48): 1-22.
- Figueroa, Mónica. G. 2012. “Yo nunca he tenido la necesidad de nombrarme”: Reconociendo el Racismo y el Mestizaje en México. En: Colección de Racismos y otras formas de intolerancia. De norte a sur en américa latina (13): 1-32.
- Gaceta Oficial del Distrito Federal. 2012. “Programa Parcial de Desarrollo Urbano de la Zona de Santa Fe” Informe al Programa Parcial de Desarrollo Urbano de la Zona de Santa Fe. Ciudad de México
- Goffman, Erving. 2002. “La identidad estigmatizada”. *Descentramiento y nuevas miradas* (3): 3-8

- González, Blanca. 1999. Los estereotipos como factor de socialización en el género. *Comunicar*. (12): 79- 88.
- González, Salomón. 2019. La forma urbana actual de las zonas metropolitanas en México: indicadores y dimensiones morfológicas. *Revista Estudios Demográficos y Urbanos* (34): 11-44
- González, Roque y Martínez, Raúl. 2018. Santa Fe. “Una Mirada hacia el futuro. Desarrollo Urbano, Gobernanza y Administración Pública”. Informe al Instituto Nacional de Administración Pública, A. C Ciudad de México.
- Grosfogel, Ramón. 2007. “Descolonizando los universalismos occidentales: el pluri-versalismo transmoderno decolonial desde Aimé Césaire hasta los zapatistas”, En: Santiago Castro Gómez y Ramón Grosfoguel (ed)., *El giro decolonial Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*. Pp.63-78. Bogotá: Universidad Central, Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos y Pontificia Universidad Javeriana, Instituto Pensar.
- Grossberg, Lawrence. 2006. Stuart Hall sobre raza y racismo *Estudios Culturales y la practica del contextualismo*. *Tabla Rasa* (5): 45 – 65.
- Grossberg, Lawrence. 2006. Los estudios culturales como contextualismo radical. *Intervenciones en estudios culturales* (2): 33-44.
- Grossberg, Lawrence. 2009. El corazón de los estudios culturales: contextualidad, construccionismo y Complejidad. Bogotá. *Tabula Rasa* (10): 13-48.
- Hall, Stuart. 1997. “Identidad y representación”. En: Eduardo Restrepo, Catherine Walsh y Víctor Vich (ed.). *Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Pp. 338 – 447. Bogotá: Envión editores
- Hall, Stuart. 2014. “Identidad y representación” En: Luis Guillermo Jaramillo(ed.), *Sin garantías Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Pp. 372-521 . Popayan: Editorial Universidad del cauca
- Hakim, Catherine. 2012. *Capital Erótico el poder de fascinar a los demás*. Reino Unido: Penguin Books Ltd.
- Hernández, Esquivel Gerardo. 2015. “Desigualdad Extrema en México Concentración del Poder Económico y Político”. Informe al Instituto de OXFAM CDMX: OXFAM México.

- Hine, Christine. 2004. “Tiempo, espacio y tecnología”. En: Martin Mora Martínez (ed.), *Etnografía virtual*. Pp. 25-53. Barcelona: Editorial UOC.
- Hieraux, Daniel. 2002 . “Turismo e imaginarios”. En: Leonardo Villegas (ed), *Imaginarios sociales y turismo sostenible*. P.p 7-35 Costa Rica. Swedish International Development Cooperation Agency (Sida)
- Iturriaga, Eugenia. (2018). Las elites de la ciudad blanca. Discursos racistas sobre la otredad. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Kotler, Philip Y Keller, Kevin. 2002. Dirección de marketing. Naucalpan de Juárez: Pearson Educación.
- Laguarda, R. 2004. Construcción de identidades: un bar gay en la ciudad de México. *Esquinas*, Pp. 6-55.
- Lazaro, Bacallao. 2010. Representaciones mediáticas de las redes sociales: un estudio de casos. *Revista latina de comunicación social* (10): 114 - 125
- López, Ana María. 2014. “La imagen corporal la sociedad del siglo XXI”, Trabajo de grado. Facultad de medicina y ciencias de la salud. Universidad de Cataluña. Barcelona
- Maganto, Carmen y Montserrat, Peris. 2013. La corporalidad de los adolescentes en la redes sociales. *Cuadernos de Psiquiatría y Psicoterapia del Niño y del Adolescente* (55): 53-62
- Magariños, Juan. 1983. “Charles Sander Peirce: sus aportes a la problemática actual de la semiología”. En: Juan Magariños (ed.), *El signo. Las fuentes teóricas de la semiología: Saussure, Peirce, Morris*. Pp. 81-112 Buenos Aires: Hachete
- Moscovici, Serge. 1984.” The Phenomenon of Social Representations”. En Robert Farr y Serge Moscovici (ed). *Social Representations* (pp. 3-69). Cambridge: Cambridge University Press
- Navarrete, Federico. 2004. *México racista Una denuncia*. México D.F: Penguin Random House Grupo Editorial
- Navarrete, Federico. 2016. La leyenda del mestizaje. En: Universidad Nacional Autónoma de México (ed.). *Las relaciones inter-étnicas en México*. México D.F: Grijalbo

- Paniagua, Karla. 2017. “Busco pareja, ¿es demasiado pedir? Un estudio de las representaciones del deseo en Internet”. Toluca: Rio Subterráneo
- Pérez, Herón. 1995. En pos del signo. Introducción a la semiótica. Zamora: El colegio de Michoacán.
- Pérez, F. 2004. “La universidad española en cifras”. Las universidades en la sociedad del conocimiento: la financiación de la enseñanza superior y la investigación. En J. D. Hernández (ed.) *Conferencia de Rectores de Universidades.*: 43-64
- Pierce, Charles. 2005. *Semiótica*. Sao Paulo: Editorial Perspectiva S.A
- Portocarrero, Gonzalo. 2013. La utopía del blanqueamiento y la lucha por el mestizaje. En Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) (ed.), *Hegemonía cultural y políticas de la diferencia*. Pp. 165-200. Buenos Aires: CLACSO
- Quijano, Aníbal. 1999. ¡Que tal raza!. Ecuador Debate (48): 141 -152
- Quijano, Aníbal. 2014. “Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina”. En: CLACSO (ed). *Cuestiones y horizontes: de la dependencia histórico-estructural a la colonialidad/descolonialidad del poder*. Pp. 777 – 831. Buenos Aires: CLACSO.
- Quijano, Aníbal. 2014. “Colonialidad del poder y clasificación social”, En: Santiago Castro Gómez y Ramón Grosfoguel (ed)., *El giro decolonial Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*. Pp. 285-237. Bogotá: Universidad Central, Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos y Pontificia Universidad Javeriana, Instituto Pensar.
- Reche, Cecilia. 2012. La fotografía como herramienta de comunicación pública de la ciencia: el caso de" “Ciencia en foco, tecnología en foco". *Fundamentos en Humanidades* (26):115-118
- Restrepo, Eduardo. 2012. “Racismo y discriminación”. En: Axel Rojas (ed.), *Intervenciones en teoría cultural*. Pp. 173-188. Popayán: Taller Editorial Universidad del Cauca
- Rodríguez Bonilla, Roberto. 2009. Agricultura y tenencia de la tierra en Milpa Alta. Un lugar de identidad. *Nueva Época* (61): 249-282.

- Rodríguez Salazar, Tania y Rodríguez Morales, Zeyda. 2016. El amor y las nuevas tecnologías: experiencias de comunicación y conflicto. *Comunicación y Sociedad* (25):15-41
- Rojas, Alexis Sossa. 2011. “Análisis desde Michel Foucault referentes al cuerpo, la belleza física y el consumo”. *Polis Revista Latinoamericana* (28). 1-16.
- Salado, Pilar. 2017. La importancia de la imagen y el arte en el mundo actual. ¿Otro mundo posible? (1): 12-16
- Salazar Pérez, Gabriel. 2011. La Web 2.0 y la sociedad de la información. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* (56): 57-68.
- Scott C, James. 2004. Los dominios y el arte de la resistencia *Discursos ocultos*. México DF: Ediciones Era
- Secretaria de inclusión y bienestar social. 2010. “: Índice De Desarrollo Social De La Ciudad De México (Ids Cdmx) Por Colonia O Barrio”. Informe para Gobierno de la Ciudad de México.
- Segovia, María Isabel. 2013. “Estudio sobre el uso de internet y sus aplicaciones en el alumnado de último año de carrera de la universidad de alicante”. Trabajo de grado. Facultad de Educación. Universidad de Alicante. Alicante. Pérez
- Taguieff, Pierre André. 2001. El racismo. *Revista Debate Feminista*. (59): 3-14
- Todorov, Tzvetan. 2007. “Razas”. En: Siglo Veintiuno Editores (ed.), *Nosotros y los otros. Reflexión sobre la diversidad humana*. Pp. 115- 202. México: Siglo Veintiuno Editores
- Tomasini, Marina Edith, Bertarelli, Paula, Morales, María Gabriela. 2017. Género, racialización de la clase e identidades: Las categorías ‘negros’ y ‘negras’ en jóvenes de sectores populares de Córdoba. *Psicoperspectivas* (16): Pp. 9 -15
- Valcuende, José y Vásquez, Piedad. 2016. Orden corporal y representaciones raciales, de clase y género en la ciudad de cuenca (ecuador). *Revista de Antropología Chilena* (1): 1-11
- Viñals, Ana. 2013. Las redes sociales virtuales como espacios de ocio digital. *Journal of Communication* (6): 155-182
- Walzer, Alejandra. 2008. *La Belleza*. Barcelona: Editorial Octaedro.
- Wallerstein, Immanuel. 1988. *Raza Nación y Clase*. Paris: IEPAL

- Wiewiorka, Michel. 1995. "Prejudice and Personality". En: Les Editions du Seuil (ed). *The Arena Of Racism*. Pp. 356-390. Paris: Les Editions du Seuil
- Wiewiorka, Michel. 2009. "El espacio del racismo". En: Editorial Gedisa (ed.). *El racismo: una introducción*. Pp. 51-65. Barcelona: Editorial Gedisa
- Zambrano Viviana Jessenia 2015. "Análisis de la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes de los colegios del cantón yaguachi". Trabajo de grado, Departamento de Comunicación Social. Universidad De Guayaquil. Guayaquil Ecuador.
- Zubiría, Sergio. 2007. "Neorracismo o nuevas formas de racismo: un debate ético inaplazable". *Revista Colombiana de Bioética*. (2):. 229-246

Referencias primarias

- Academia mexicana de la lengua. <https://www.academia.org.mx/obras/obras-de-consulta-en-linea/diccionario-breve-de-mexicanismos-de-guido-gomez-de-silva>. (30 de enero del 2020)
- Alcaidacuauhtemoc.mx. Puntos de interés. <https://alcaidacuauhtemoc.mx/descubre/zona-rosa/>. (12 de febrero del 2020)
- Barud Bibiñe, ¿En qué colonia de la Ciudad de México deberías vivir?. <https://www.buzzfeed.com/bibibarud/en-que-colonia-de-la-ciudad-de-mexico-deberias-vivir> (10 de noviembre del 2018)
- Bubot. Historia de las RS desde 1997 hasta hoy. <https://bubot.es/historia-de-las-redes-sociales-desde-1997-hasta-hoy/>. (01 de febrero del 2019)
- Ciudaddemexico.com.mx. Santa Fe. http://www.ciudadmexico.com.mx/zonas/santa_fe.htm (29 de agosto del 2019)
- Cocktail. ¿Qué es Tinder?. <https://cocktailmarketing.com.mx/estadisticas-de-tinder/>. (15 de enero del 2019)
- Cortés, Martín http://www.cervantesvirtual.com/bib/porta/exploradores/pcuartonivel60d5.html?conten=exploradores&pagina=viajeros2_martincortes.jsp&tit3=1532,+Mart%EDn+Cort%E9s (1 de Mayor del 2019)

- Cuidate Plus, ¿Qué es el Bullying? <https://cuidateplus.marca.com/enfermedades/psicologicas/bullying.html> (16 de diciembre del 2019)
- Culturas. online. Cultura chichimeca: Un pueblo de guerreros y expertos cazadores. <https://culturas.online/chichimeca/>. Recuperado y disponible (30 de enero del 2020)
- Curiel, Ochy. Activista y teórica del feminismo latinoamericano y caribeño, antropóloga social, Seminario de Investigación en Estudios Culturales Privilegios, Racismos y Xenofobias en Colombia (13 de marzo del 2018)
- Economiatic. Significado de CEO, COO, CFO, CIO, CTO y CMO: Llamando a cada ejecutivo por su nombre <https://economiatic.com/significado-de-ceo-coo-cfo-cio-cto-y-cmo/> (26 de agosto del 2019)
- E-Igualdad. 2017. Igualdad de trato de género. <https://e-igualdad.net/tipos-discriminacion-social/> (23 de febrero de 2019)
- El País, 'El racismo que México no quiere ver. <https://www.youtube.com/watch?v=-cWUtzeXsKw> (7 de diciembre del 2019)
- Emprendedores.news. La inspiradora historia de Sean Rad, el creador de Tinder. <http://emprendedoresnews.com/emprendedores/la-inspiradora-historia-de-sean-rad-el-creador-de-tinder.html> . Recuperado y disponible (5 de abril del 2019)
- Expansión, ¿Coca-Cola hizo un comercial racista? Indígenas mixes hablan. <https://expansion.mx/negocios/2015/12/02/cocacola-hizo-un-comercial-racista-los-mixes-se-quejan>. (1 de junio 2019)
- Forbes México. ¿Cuánto tiempo pasas en redes sociales? <https://www.forbes.com.mx/cuanto-tiempo-pasas-en-redes-sociales/> (02 de febrero del 2019)
- Forbes México Tinder: sexo, mentiras y iPhones. <https://www.forbes.com.mx/tinder-sexo-mentiras-y-iphones/> (5 de abril del 2019)
- Fuentes, Agustín. Profesor del Departamento de Antropología de la Universidad de Notre Dame, Indiana, Estados Unidos, Ciudad de México mayo del 2018
- Gaceta Oficial del Distrito Federa. Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, 2011. http://www.paot.org.mx/centro/leyes/df/pdf/2017/LEY_DESARROLLO_URBANO_23_03_2017.pdf (4 de marzo del 2019)

- García, Campos Alejandro, Racialización, racialismo y racismo: un discernimiento necesario. https://www.academia.edu/6283861/Racializaci%C3%B3n_Racialismo_y_Racismo._Un_discernimiento_necesario, (10 de noviembre de 2018)
- Hipertextual. El amor en los tiempos de Tinder. <https://hipertextual.com/2016/11/ligar> (01 de febrero del 2019)
- Hootsuite, Digital in 2018 Global Overview from We Are Social. <https://wearesocial.com/es/blog/2018/07/superamos-los-4-mil-millones-de-internautas-eso-y-mas-en-digital-2018> (5 de mayo del 2019)
- Independent. 2017. The dating app pictures that will get you the most right-swipes revealed. <https://www.independent.co.uk/life-style/love-sex/dating-app-hinge-pictures-most-right-swipes-men-women-love-relationships-a7694916.html> (20 de octubre de 2018)
- Latamclick. Estadísticas de Tinder 2018: análisis y datos de uso de la App de citas. <https://www.latamclick.com/estadisticas-de-tinder-2018-analisis-datos/>. (30 de enero del 2019)
- Locker, Melissa. Tinder CEO Elie Seidman runs a digital company, but loves paper and pen. <https://www.fastcompany.com/90287554/tinder-ceo-elie-seidman-runs-a-digital-company-but-loves-paper-and-pen> (8 de noviembre del 2019)
- Lozano, Mauricio. ¿Qué es un Smartphone? Conoce todos los detalles?. <https://www.whistleout.com.mx/CellPhones/Guides/que-es-un-smartphone>. (1 de septiembre del 2019)
- Lee, Dave, Tinder, la aplicación de moda para encontrar amor. https://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/11/131126_tecnologia_app_flirtear_tinder_amor_ap . (7 de enero del 2020)
- Montoya, Victor. Lo “feo” y lo “bello”. <https://www.alainet.org/es/active/75648> (12 de febrero del 2020)
- Neomobile. La evolución de las citas online. <http://www.neomobile-blog.com/es/historia-citas-online-movil/>. (30 de
- enero del 2019)

- Notimex, Tinder, la aplicación de citas preferida de los mexicanos. <https://www.eleconomista.com.mx/tecnologia/Tinder-la-aplicacion-de-citas-preferida-de-los-mexicanos-20190213-0048.html> (1 de febrero del 2020)
- Nuestro-México. Distribución geográfica.: <http://www.nuestro-mexico.com/Distrito-Federal/alvaro-Obregon/>. (11 de octubre del 2018)
- Pérez, David. “El mestizo mexicano quiere lo mas blanco posible”. https://elpais.com/cultura/2017/06/23/actualidad/1498245328_147788.html (12 de febrero del 2019)
- Pickaso, Swipes: Este termino nace por la necesidad de renombrar el gestos predeterminado de deslizar en una pantalla de algunas apps. <https://pickaso.com/2019/tendencias-en-diseno-de-apps> (26 de agosto del 2019)
- Real Academia Española, Polisemia. <https://dle.rae.es/?id=TZIPkGU> (26 de agosto del 2019)
- Rodríguez, Ana. El algoritmo del amor: la historia de Tinder. <https://hipertextual.com/2016/05/historia-de-tinder>. (30 de enero del 2019).
- Rodríguez, Sonia, ¿Qué es el racismo y qué tipos de racismo hay? <https://eacnur.org/blog/que-es-el-racismo-y-tipos-de-racismo/> (4 de agosto 2019)
- Valero, Angeles, Redes Sociales y Social Media: ¿Cuál es la diferencia? <https://www.puromarketing.com/16/15112/sociales-social-media-cual-diferencia.html> (4 de septiembre del 2019)
- Xochimilco patrimonio de la humanidad. <https://www.xoximilco.com/es/xoximilco/> . (1 de febrero del 2020)

Tabla de ilustraciones

<i>Ilustración 1 Memento Vintage couple at the bar 001</i>	
<i>Ilustración 2 Distribución espacial de las delegaciones es CDMX</i>	17
<i>Ilustración 3 Panorámica del antes del pueblo Santa Fe</i>	18
<i>Ilustración 4 Panorámica la unidad de almacenamiento de restos sanitarios</i>	19
<i>Ilustración 5 Panorámica de Santa Fe</i>	21
<i>Ilustración 6 Radio de 3 km desde mi ubicación geográfica.</i>	22
<i>Ilustración 7 Caracterización ¿en qué colonia de la Ciudad de México deberías vivir?</i>	24
<i>Ilustración 8 Panorámica de mi punto de geolocalización</i>	26
<i>Ilustración 9 Panorámica desde el proyecto las cumbres</i>	28
<i>Ilustración 10 Panorámica de las banquetas de Santa Fe.</i>	29
<i>Ilustración 11 Vías de acceso a la colonia Santa Fe</i>	30
<i>Ilustración 12 Panorámica Parque la Mexicana, corredor corporativo.</i>	31
<i>Ilustración 13 Sistema de castas colonial: Las dieciséis combinaciones principales.</i>	61
<i>Ilustración 14 Anuncio 7-Eleven</i>	
<i>Ilustración 15 Perspectivas esenciales de cómo las personas de todo el mundo utilizan internet, dispositivos móviles, medios sociales y comercio electrónico.</i>	77
<i>Ilustración 16 Línea de tiempo en tecnología y estrategias para conocer personas</i>	79
<i>Ilustración 17 Mapa mundial de las apps de citas</i>	83
<i>Ilustración 18 Imágenes del registro en Tinder</i>	85
<i>Ilustración 19 Proceso registro sin Facebook</i>	85
<i>Ilustración 20 Muestra del registro</i>	86
<i>Ilustración 21 Funciones básicas de los botones en Tinder</i>	87
<i>Ilustración 22 Usuario Tinder 1</i>	
<i>Ilustración 23 Perfiles de Ximena</i>	104
<i>Ilustración 24 Panorámica de la Colonia Milpa Alta</i>	108
<i>Ilustración 25 Fotos de caracterización 1</i>	112
<i>Ilustración 26 Fotos de caracterización 2</i>	113
<i>Ilustración 27 Apps de citas con mayo porcentaje de usuarios en México en 2019</i>	119

Anexos

Anexo 1 Preguntas propuestas entrevistas semiestructuradas (Online y Offline)

Tabla caracterización de los sujetos que hicieron parte de las entrevistas.

Nº	Nombre completo	Género	Edad	Nacionalidad	Actividad	Colonia	Usuario de Tinder u otra aplicación de citas
1	Ximena Uribe (La Negra Limonada)	F	25	Mexicana	Profesional en artes visuales	Santa Fe	SI
2	Juan Sebastián A (Gótico Tropical)	M	26	Colombiano	Maestro en artes visuales	México	SI
3	Luis Lara	M	26	Mexicano	Psicólogo y maestro de frances	México	NO
4	Camila B	F	28	Colombiana	Diseñadora	Santa Fe	SI
5	Camilo G	M	33	Colombiano	Gerente	Santa Fe	NO
6	Alejandra A	F	24	Mexicana	Artista visual	Santa Fe	SI
7	Andrés Roa	M	25	Mexicano	Diseñador	Lomas de Santa Fe	SI
8	Julio S	M	27	Mexicano	Ingeniero	Lomas de Santa Fe	SI
9	Fernanda Castell	F	28	Mexicana	Mánager de agencia de Publicidad BTL	Santa Fe	SI
10	Karla Méndez	F	35	Venezolana	Abogada	Santa Fe	SI
11	Antonio Perez	M	37	Mexicano	Contador	Condesa	NO
12	Gerardo	M	33	Mexicano	Comerciante	Polanco	SI
13	Joaquin	M	32	Mexicano	Estudiante	Santa Fe	SI
14	Rodrigo Martin	M	28	Mexicano	Estudiante	Santa Fe	SI
15	Maria	F	26	Mexicana	Gerente Comercial	Santa Fe	SI
16	German Arenas	M	44	Mexicano	Gerente	Santa Fe	SI
17	Andrea	F	22	Mexicana	Estudiante	Santa Fe	SI
18	Alessandra	F	28	Mexicana	Administradora	Santa Fe	SI
19	Maria C	F	26	Mexicana	Marketing	Santa Fe	SI
20	Jesus D O	M	28	Mexicano	Ingeniero	Santa Fe	SI

- ¿Has usado alguna aplicación para conseguir pareja?
- ¿Cuál ha sido esa aplicación?
- ¿Cuál es tu intención a la hora de descargarte esta aplicación?
- ¿A qué tipo de perfiles le das match y a que otros no le das match? ¿Por qué?
- ¿Qué aspectos físicos encuentras atractivos en el usuario que estas viendo? ¿Por qué?
- ¿Qué aspectos físicos no encuentras atractivos en el usuario que estas viendo? ¿Por qué?
- ¿Cómo defines tu la belleza?
- ¿Cómo defines a las personas que viven en la zona?

- ¿Para ti, cuales perfiles son los que tienen mayor oportunidad para conseguir una cita?
¿Por qué?
- ¿Crees que hay discriminación en esta red social?
- ¿Cuáles serian esos procesos y o dinámicas que evidencias?
- ¿Has dejado de iniciar una conversación con algún usuario? ¿Por qué?

Anexo 2 Matriz de caracterización

Como primer acercamiento metodológico, se realizo una matriz de caracterización la cual contenía el perfilamiento y análisis de 200 perfiles, 100 femeninos y 100 masculinos ambos perfiles heterosexuales, donde se tenían en cuenta 26 variables como se muestra en la tabla siguiente.

Foto perfil usuario	1	Número con el que se hace la caracterización del usuario
Nº de fotos del perfil	2	Cantidad de fotos que tiene el perfil
Nickname / Nombre	3	Nombre que usa el usuario
Geolocalización	4	Distancia del usuario a mi dispositivo móvil
Sexo usuario	5	Femenino / Masculino
Género que busca	6	Mujeres y/o Hombres
Edad	7	Edad del usuario
Primera sección		
Factores en la descripción	8	Con y sin descripción
	8.2.2	Errores ortográficos y/o gramaticales
	8.3	Tags de interés
	8.4	Voces en otros idiomas
	8.5	Intereses específicos en la aplicación
	8.6	Uso de emoticones
	8.7	Onomatopeyas
	8.8	Relación fotografías - texto
Segunda sección		
Observación foto del perfil 1	9.1	Ángulo fotos
	9.2	Tipo de foto
	9.4	Escenario representado
	9.5	Características específicas del escenario
	9.6	Vestimenta
	9.7	Filtros / Maquillaje fotográfico
	9.8	Ángulo del cuerpo del usuario en la foto
	9.9	Expresión de su rostro
	10	Auto retrato visible (Selfie)
Observación otras fotos de perfil	11	Característica que se resaltan en las otras fotografías del perfil