**Metodología: Etnografía y Metodología Audiovisual
Ejercicio Cuatro: Websphere**

 Nombre: Ricardo Mandujano

🞂 Pautas básicas:
i. Seleccionar una campaña con manejo en línea (política, publicitaria, etc.)

He elegido trabajar con una página de Facebook llamada “Ciudadanos luchando contra el racismo”. En primera instancia me llamó la atención que en esta página había frecuente actividad, principalmente por parte de los administradores y también de los usuarios. Muchos de los temas mencionados, tanto en las publicaciones como en los comentarios estaban fuertemente relacionados a la temática en torno al racismo, a lo racista y a lo no racista. En este marco, me pareció bastante interesante ahondar en una exploración de los discursos en torno al racismo en el Perú y cómo estos operan en un contexto social generado alrededor del uso de redes sociales, en este caso, de Facebook.

Esta página está registrada como una Organización sin fines de lucro, y asimismo cuenta con 15278 likes y 14906 follows. La página fue creada en Junio del 2012, y se define de la siguiente manera:

*“Un grupo de ciudadanos que lucha contra el racismo que subsiste en el Perú. Rechazamos cualquier forma de racismo, sea hacia afroperuanos, indígenas, orientales, blancos, mestizos... Y rechazamos que al racismo se deba responder con racismo e intolerancia.”*

Así mismo, mencionan también, sobre la caracterización de la organización misma: “*Un grupo de ciudadanos que buscamos vivir en una sociedad sin racismo ni discriminación.”*

Observé las publicaciones hechas, así como las reacciones y comentarios suscitados entre sus usuarios, por un lapso de 7 días, del 17 al 23 de noviembre. En total se dieron 59 publicaciones en este periodo, con un promedio de 8 posts por día.
Cabe resaltar también que este periodo de observación coincidió con la víspera del estreno de la película “La Paisana Jacinta” en el Perú (programado para el 23 de Noviembre), personaje creado por Jorge Benavides (figura pública peruana conocida como cómico, creador de otros personajes como “El negro mama”), que ya tenía un programa de Televisión que llevaba el mismo nombre. Este personaje recibió una serie de críticas y acusaciones de racismo por diversas organizaciones de la sociedad civil y la academia en el Perú e incluso el Comité para la Eliminación de la Discriminación Racial (CERD) de la ONU.

Este tema fue el más cubierto por las publicaciones de la página a lo largo del periodo observado. 48 de 59 publicaciones hechas (81,35%) hicieron referencia al tema de una u otra manera, solo dos publicaciones hicieron referencia al carácter racista de la publicidad de algunas empresas en el marco de la clasificación de la selección peruana a la copa mundial de Rusia 2018.
En función de estas publicaciones y de las reacciones que suscitaron en los usuarios se ha realizado un mapeo de web-sites relacionadas y de contenidos. También se adjunta al trabajo el Excel que contiene una base de datos de los contenidos publicados y reacciones de los usuarios organizados según algunos criterios de clasificación y análisis.

ii. Mapear un conjunto de sitios en línea (páginas web) relacionadas a la campaña.

En este caso, se encontró que desde la misma página se hacía una serie de enlaces y referencias a otras páginas y contenidos, en algunos casos referenciados directamente por un enlace y en otros no (podía tratarse en algunos casos de una foto o de la cita textual de lo escrito por algún usuario o personalidad pública)

Algunas de las webs a que se hizo referencia fueron:

1. **Sitios web:**
- **Medios de comunicación peruanos “oficiales”** (Peru21, Diario Correo, Diario Uno, El Popular) **e independientes** (Utero, Wayka)
- **Medios internacionales** (de Chile, España, USA, etc.),
2. **Páginas de Facebook:
- Productoras cinematográficas y productos cinematográficos** (Cinecolor Films, Big Bang Films Perú, “La paisana Jacinta”)
- **Cadenas de cines** (Cinépolis)
**- Instituciones académicas y culturales** (Observatorio de Antropología Audiovisual UNMSM, PUCP, Centro cultural de España en Lima),

- **Figuras públicas/autoridades/usuarios** (Marco Avilés, JB Jorge Benavides, Tania Pariona, Qarla Quispe),
**- Otras páginas de Facebook** (“Dilo sin roche”).
3. **Contenido de otras plataformas
-** Opinión emitida por las Organizaciones indígenas del Pacto de la Unidad respecto a la película “La Paisana Jacinta”. (Twitter)
-Spot publicitario de D’onofrio “Pucará pueblo mágico donde la Navidad no se pasa, ¡se celebra!” (Youtube)
-Cobertura por Frecuencia Latina del avant premiere de la película “La Paisana Jacinta” (Youtube)

Sin embargo, es preciso mencionar que el enlazamiento que pude encontrar desde la página de “Ciudadanos...” hacia estas otras web era en su mayoría unidireccional, es decir, no pude encontrar muchas páginas que hicieran referencia a Ciudadanos. En muchos casos, los contenidos de las páginas de Facebook a las que se hacía referencia tenían audiencias mucho mayores que los de la página de Ciudadanos, este fue el caso de “Dilo sin roche”, “Útero” o “Wayka”.



Las páginas que hacían alusión a Ciudadanos Contra el Racismo eran, en algunos casos de usuarios individuales de Facebook, de páginas pequeñas, como Indigna (8 likes), o Sofá y Cine (115 likes).

Así mismo, además de hacerse un mapeo de sitios web, se hizo también un mapeo de los principales contenidos que pude encontrar en la página. Estos fueron:

1. **Identificación de contenido racista**

Esto suponía la publicación de un contenido (enlace o foto) proveniente de otra página, que iba siempre acompañado de un texto previo, consistente en una opinión que caracterizaba dicho contenido como racista. 19 de las 59 publicaciones observadas (32.2 %) en el periodo abarcado fueron de este tipo. En general se observaron dos subtipos:

* **Opinión sobre los contenidos emitidos en otra página/plataforma considerados racistas, acompañada de un enlace a la página.**

Aquí las principales páginas referidas fueron “Cinecolor Flims” y “Bigbang Perú Films”. La mayoría de los contenidos referidos eran publicitarios en el marco de la víspera del estreno de la película “La paisana Jacinta” (23 de Noviembre 2017)

* **Opinión sobre los contenidos emitidos en otra página/plataforma considerados racistas, acompañada de una captura o foto del contenido.**

Este fue el caso de una publicación encontrada en la página “Dilo sin roche” o en la página de “Útero”

Pudo constatarse que la mayoría de comentarios suscitados a raíz de los contenidos de otras páginas publicados en la página de Ciudadanos, eran de oposición al racismo, mientras que la sección de comentarios en las páginas que emitieron el contenido a que se hacía referencia en muchos casos mostraban un mayor apoyo al discurso que podría considerarse racista, pese a que también había oposición. En ambos casos, una buena parte de los comentarios parecían tener una fuerte carga emotiva, ya sea por la extensión del mensaje, por el uso de mayúsculas, o de palabras fuertes o signos de exclamación.

1. **Promoción de contenido no racista/antirracista**

En este caso también se trata de una referencia a un contenido (enlace o foto) proveniente de otra página el cual es presentado favorablemente como una buena iniciativa o ejemplo a seguir en la lucha contra el racismo. La publicación de este tipo de contenido se dio unas 27 veces, del total de 59 (45.8%). Los dos subtipos encontrados fueron:

* **Opinión favorable sobre contenidos emitidos en otra página/plataforma acompañada de un enlace a la página.**

Este era el caso por ejemplo de las noticias publicadas respecto de conversatorios dados por instituciones culturales y académicas (CCEspaña en Lima, UNMSM, etc.) en unos casos, en otros se trató de noticias que parecían subvertir la tendencia a la exclusión social en esferas tales como la política o la educación, por ejemplo en el caso de la primera diputada mapuche elegida en Chile, el niño que ganó un premio nacional por un cuento en Quechua, entre otras; todas publicadas por medios de comunicación peruanos o internacionales.
También se incluyó una nota periodística en inglés, de un medio informativo estadounidense que criticaba el contenido racista de la película de Jorge Benavides.

* **Opinión favorable sobre contenidos emitidos en otra página/plataforma acompañada de una fotografía.**

Este era el caso de algunos eventos en que se manifiesta oposición al racismo, como en el caso del Encuentro Internacional “Mujeres por la Cultura”, en que se mostró fotografías de las participantes sosteniendo un papel con un mensaje escrito “#Yonosoyjacinta”

1. **Acción directa contra el racismo**

Aquí se considera a las acciones directamente tomadas por los usuarios de la página, por ejemplo, para lograr eliminar de Facebook una página cuyos contenidos publicados se consideran racistas, o, para lograr impedir la transmisión de la película “La Paisana Jacinta” en algunos cines de Lima. Este tipo de contenido se produjo un total de 13 veces, de las 59 publicaciones (22%) que hubo en total.

* **En contra de productores de contenido racista en las redes.**

Se vio por ejemplo en la invitación, por sugerencia de diversos usuarios, a reportar las páginas de Cinecolor Films y Bigbang Films Perú como contenido ofensivo y racista en Facebook.

* **En contra de productores de contenido racista más allá de las redes**

Esto se vio evidenciado por ejemplo en la demanda y la acción de amparo hecha en contra de la película, cuya fotografía fue publicada en la página. De igual manera con los intentos de entregar una carta a los cines, en que se solicitaba que no transmitan la película debido a su contenido racista, o la repartición de volantes en los alrededores del cine UVK de Jr. De la Unión. Todos estos eventos fueron fotografiados y se publicó en la página algunas fotografías.

iii. Responder las siguientes preguntas:
a) ¿Cómo has conformado la websphere?

Esta websphere ha sido conformada en torno a las publicaciones que pude encontrar en la página misma y rastreando hacia qué tipo de webs llevaban.

b) ¿Qué relaciones has encontrado en ella?

Como se mencionó, la principal cadena de relaciones que pude encontrar entre la página Ciudadanos y otras páginas era mayormente unilateral. Sin embargo, se pudo encontrar relaciones interesantes entre los contenidos publicados en la página y los demás usuarios.

**Reacciones (Like, me molesta, me encanta, me divierte, me apena, me sorprende):**

Aquí habría que evidenciar que en promedio las reacciones a las publicaciones de la página observadas en el periodo de tiempo fueron de 80. Así mismo, los contenidos de tipo **Identificación de un contenido racista**, daban por lo general una mayoría de reacciones “me molesta”, mientras que los contenidos de tipo Promoción de un contenido antiracista daban reacciones de tipo “like” o “me encanta”

Cuando se trataba de imágenes o fotografías publicadas, estas también daban lugar a una serie de reacciones en función de la calidad de la imagen misma y quizás, de la performatividad en ella, tal como se vio en el caso de las participantes en el Encuentro Internacional “Mujeres por la cultura”, donde la fotografía de una señora que estaba vestida de una manera más tradicionalmente andina y a su vez mostraba una actitud más comprometida con el mensaje “#Yonosoyjacinta” generó muchos más likes que el caso de las fotografías de otros participantes.

De igual manera cuando se trataba de la referencia a diversas personalidades públicas. Por ejemplo, en el caso de Inés Melchor, al ganar la medalla de Oro en los Juegos Bolivarianos (200 likes).

**Shares:**

Aquí también llama la atención que los contenidos que obtuvieron mayor cantidad de shares fueron aquellos que referían por ejemplo a la opinión negativa de autoridades oficiales, tales como el Viceministro de Interculturalidad, o a la opinión de organismos estatales respecto de estos contenidos, quizás fueron percibidas como opiniones de mayor autoridad.

También se vio más “compartible” el contenido de tipo gráfico y con mensaje directo, como en el caso de una imagen simple creada por la administración de la página misma, en que se agregó a la imagen del personaje de Jacinta, la frase “Me encanta humillar a la mujer andina”.

En algunos casos también se veía como más “compartible” un contenido que fuese categorizado como creativo sin ser racista, como es el caso del stop publicitario de D’onofrio sobre la navidad en Pucará, este contenido fue compartido por 31 usuarios.

**Comentarios:**

Cuando se trataba de una publicación del tipo “Identificación de un contenido racista”, la mayoría de comentarios (cuántos?) mostraban indignación y rechazo frente al contenido, reformulando o agregando otras aristas vinculadas a la problemática del racismo en el país. El número de comentarios fue aún mayor (y el tono más intenso y emotivo) en casos en que se publicase la captura de la sección de comentarios de otra página, sobre todo en casos en que estos comentarios originales hubieran sido abiertamente racistas.

En caso de “Acciones en contra del racismo”, ya fuese dentro o más allá de las redes, algunos usuarios (cuántos?) comentaban manifestando que deseaban también participar en la acción o brindando sugerencias (cuántos?) para mayor efectividad de las acciones.

iv. Reflexión en torno al ejercicio realizado.

En la realización de este ejercicio pudo evidenciarse la forma cómo se manejan distintos discursos en torno a la problemática del racismo. Me pareció especialmente interesante la manera en cómo la interfaz proveída por el Facebook, las páginas web y más precisamente la internet misma se transformaban en una forma diferente de espacialidad en la que se iban configurando diferentes espacios y subespacios.
Cada uno de estos espacios se configuraba a su vez en función de diversos sociolectos digitales, por ejemplo, del lenguaje de los hashtags (#yonosoyjacinta, #JBracista, etc.), de los likes, comentarios, shares y otros tipos de reacciones que de una u otra manera evidenciaban dinámicas y tendencias sociales generadas en torno a estas interacciones.

En cierto sentido, las redes sociales y el internet se constituirían en una suerte de sketch o dibujo, en el sentido de representación de diferentes contextos sociales (en este caso generados por la interacción virtual misma), es decir, lo evidenciado en las redes sociales no es el contexto social mismo, es solo un aspecto de la dimensión visible, legible y/o audible de este (aquel que los usuarios podrían estar queriendo mostrar).

Por otro lado, estos contextos sociales no son un mero reflejo de los que se ve en el día a día en las calles, instituciones, lugares u otros espacios. Y sin embargo, ambos contextos, el más tradicional o exterior, y a su vez el virtual entran en relación y pueden configurarse mutuamente, como señalaron también Ardevol y Foot.
A este respecto es resaltante por ejemplo la manera cómo interactúan las publicaciones de acciones que los usuarios tomaron más allá de las redes, ya que se convocaba a los usuarios por medio de la página por ejemplo, y posteriormente, las fotografías de estas eran promovidas y difundidas en la página misma, fomentando la participación de nuevos usuarios.

A su vez, algunos usuarios compartían en algunos casos sus experiencias de vida, comentando por ejemplo cómo habían sido víctima de racismo en muchos casos, o sugerían también estrategias de lucha contra el racismo, ya fuera difundiendo los mensajes entre la familia, amigos o más directamente tomando acciones en contra de las páginas de Facebook de las productoras cinematográficas. En algunos casos también se publicaba noticias provenientes de otros países o del mismo país que representaban un cambio frente a la tradicional exclusión de los pueblos de la región andina basada en sus rasgos étnicos. Esto podría ser una invitación a la reflexión o a “aprender de estos casos”, con miras a avanzar hacia una meta de “abolición del racismo”.

En relación a lo dicho anteriormente también se observaría en el caso de esta página la configuración de un espacio social de debate en torno a la problemática del racismo, espacio que, si bien es periférico frente al carácter masivo de difusión y recepción de los contenidos, discursos y comentarios “racistas”, constituye un espacio de interacción y cohesión que podría a su vez posibilitar acciones y maniobras que contesten a estos discursos[[1]](#footnote-1).

Algunos de los discursos que circulaban en los comentarios de la página podrían hablar también acerca de diversos hechos sociales e imaginarios presentes en la sociedad peruana. Me pareció relevante por ejemplo que muchos comentarios hablaban del carácter racista del personaje o atacaban directamente a Jorge Benavides o a la baja calidad de humor y producciones televisivas que tiene el país. Mientras otros abordaban la problemática desde el Estado y su falta de compromiso con la formación de una identidad nacional más inclusiva y diversa. En unos pocos casos se hacía alusión a la exclusión económica, social y política de la que son y han sido históricamente víctimas los pueblos pertenecientes a la región andina y qué acciones podrían tomarse a este respecto.

De manera transversal a los contenidos publicados en la página misma, también se notó una ausencia de representaciones de las poblaciones andinas mismas a quienes se dice que el personaje de Jorge Benavides ofende o ridiculiza. Es decir, muchos comentarios sostenían “este personaje ofende a la mujer andina y las poblaciones andinas”. Pero, incluso en este caso, el andino aparentemente seguía siendo el “otro”. Me parece que solo en el caso de un comentario pude leer “Este personaje es una ofensa a todos los peruanos, ya que todos provenimos de alguna región andina o amazónica.”

En este sentido cabe preguntarse, como pude escuchar decir a la profesora Gisela Cánepa en un conversatorio realizado en la Universidad llamada “Deconstruyendo a Jacinta”, ¿quién o quiénes finalmente tienen los recursos para producir las representaciones?, ya sea que se trate de representaciones ofensivas en unos casos, o “amables” en los otros. ¿Por qué no pueden las mismas mujeres andinas contestar estas representaciones? Parece ser finalmente una cuestión de asimetría en el acceso a este tipo de medios de auto-representación que pasa mayormente por una cuestión relacionada a la desigualdad económica.

Quizás en este marco, me dio la impresión de que los esfuerzos de la página se enfocaban excesivamente en la lucha contra el racismo evidenciado en el personaje. Casi llegando a definirse la página por oposición a lo “racista” y por adherencia a lo “no racista”. En algunos casos por ejemplo, se aplaudía algunos contenidos publicados por ejemplo en otras plataformas, que serían ejemplo de publicidad “no racista” y por ende, saludable. Se señaló el caso de un spot de D’onofrio en que es claro el matiz turístico del contenido. En tal sentido, incluso si muestra a un protagonista de rasgos étnicos anteriormente discriminados, podría estar desplazando la descontextualización hacia otra esfera, la de la cultura. Ya que este sujeto es mostrado con ropa urbana, sus gestos y su lenguaje también lo son. Muestra de manera muy fugaz un paso por las manifestaciones culturales y desde unos enfoques de cámara que parecen evocar a los que tomaría un turista de paso por este lugar. La invitación que nos hace el spot parece de “revalorizar la cultura” y lo autóctono, pero quizás con una mirada aún desde fuera, y sin ahondar en la perspectiva de quienes producen aquello que llamamos lo autóctono de quienes representan sus condiciones sociales de posibilidad, es decir, de la población andina misma.

En este sentido quizás sería posible concebir como posibilidad que la página también esté relacionada a movimientos que busquen realmente atender a las necesidades de los pueblos que sufren de la exclusión económica, política y social, sin descuidar la problemática de la discriminación étnica, pero sin limitarse a ella.

En relación con lo dicho anteriormente, cabe resaltar a su vez que, si bien desde el punto de vista ético parece menos problemático observar el comportamiento de los usuarios a través de sus reacciones y comentarios en la página de Facebook, noté que me fue más factible observar críticamente cada comentario, por el mismo hecho de estarlo leyendo como un texto, e incluso, en algunos casos, me fue más complicado no tomar una posición crítica o interpeladora frente a los contenidos y comentarios que leía. Esto podría tener que ver con la forma como las sensorialidades se reconfiguran en estos espacios y como desde ahí se pueden generar otro tipo de dinámicas de interacción social. Así mismo, evidencian que la subjetividad del investigador nunca puede quedar al margen, ni siquiera en casos como este, en que aparentemente habría “menor interferencia/participación” del investigador en las interacciones sociales observadas.

Quizás hubiera sido bastante diferente en caso de una entrevista presencial por ejemplo, o de la observación participante en que uno toma parte de manera presencial de un evento o interacción social.

A su vez, el hecho de que la mayoría de contenidos fuesen escritos y tuvieran ser leídos sugería también un componente visual, que también fomentaba un carácter quizás más consciente, dado que, como sostuvo Bunn, el sentido de la vista de alguna manera está más asociado a la conciencia.

A manera de conclusión también cabe mencionar que la metodología del websphere ha permitido mapear una de actores, espacios, discursos y relaciones que podrían complementarse de diversos maneras.
Por ejemplo, sería interesante mapear también las relaciones tejidas en torno a las páginas a que esta primera hacía mención, principalmente “Cinépolis”, “Bigbang Films” y “Cinecolor Films Perú”, ya que en estas páginas el volumen de la audiencia era muchísimo mayor y podían evidenciarse a su vez discursos que podrían calificarse de “racistas” como “antirracistas”, si bien el manejo de este volumen de información hubiese sido mucho más problemático y necesitaría de una investigación de mayor duración. Se podría haber también intentado generar interacciones entre los usuarios por medio de la intervención del investigador.

Así mismo, podría también complementarse la investigación con otro tipo de metodologías, ya sea la observación participante o entrevistas a profundidad a diversos usuarios, a fin de poder captar la temática más vivencial de estos fenómenos. Sería interesante cruzar estas perspectivas con aquellas de los usuarios que efectivamente sufren marginación a causa del personaje de la “Paisana Jacinta”, es decir, a causa de los usos sociales que en determinados espacios se hace cotidianamente de este personaje, usos en los cuales adquiere finalmente su definición, relevancia y significación.

Otro aspecto que a mí me sigue llamando la atención, desde el punto de vista metodológico, es que, me cuesta mucho no expresar también mi posición subjetiva respecto al personaje y a lo que representa en el contexto social de la sociedad peruana. De modo que considero necesario y saludable también hacerla explícita.
En lo personal a mí también me molesta este personaje, pero me molesta no solo por ser “racista”, sino porque en cierto sentido me parece que para determinados espectadores evidencia una fetichización de un producto per se, convertido en mercancía y producido por medio de una completa descontextualización de sus condiciones sociales de posibilidad.
Por otro lado, me da la impresión de que en diversas esferas de debate se critica fuertemente que el personaje es “racista”, pero quizás no se ve la perspectiva de las personas que sí gustan del personaje. Es decir, tampoco se ve las condiciones sociales de posibilidad de este tipo de preferencias existentes en el público consumidor de este tipo de contenidos.

Es poco escuchado el argumento de que se trata de la representación pública predominante de una mujer andina, principalmente en los medios de comunicación masivos. Lo cual a su vez evidencia el nivel de invisibilización de una realidad de exclusión en varios niveles (político, económico, cultural y étnico). De modo que el problema en mi opinión no pasa por el personaje en sí, ni en eliminarlo o censurarlo, sino en las condiciones sociales que hacen posible que tenga la aceptación, difusión y adherencia de que goza. Prestar atención a estas condiciones sociales nos lleva a ser conscientes de la tremenda asimetría existente en el acceso a los medios de autorepresentación por parte de la población femenina andina y en general, la población andina en el Perú como componente de toda una realidad económica, política y social compleja y fuertemente marcada por relaciones de poder que mantienen, reproducen y perpetúan su exclusión.

1. Muchos usuarios por ejemplo se quejaban de que tras dirigir críticas a las páginas de las productoras cinematográficas de la película, eran bloqueados por éstas de modo que ya no podían escribir ahí. Así mismo, en la sección de comentarios de las páginas más grandes, los comentarios antirracistas en algunos casos se perdían ante el gran volumen de comentarios existentes o, recibían también fuertes críticas de tipo “Vayan a hacer algo mejor con su vida y dejen de preocuparse de una tonta película que no representa nada”. En este contexto, la página se convertía quizás en uno de los pocos espacios legítimos de discusión sobre el racismo construido y definido en base a la oposición a este. [↑](#footnote-ref-1)