

Antropología Experimental

<http://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/rae>
2022. nº 22. Texto 28: 423-436

Universidad de Jaén (España)
ISSN: 1578-4282 Depósito legal: J-154-200

DOI: <https://dx.doi.org/10.17561/rae.v22.6825>
Recibido: 17-12-2021 Admitido: 22-08-2022

Las plataformas digitales y la producción tecno-simbólica de la identidad barrial en Cholula, Puebla

Sebastián LICONA GÁMEZ

Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Iztapalapa (México)
seblic95@gmail.com

Digital platforms and techno-symbolic production of neighborhood identity in Cholula, Puebla

Resumen

Este trabajo analiza etnográficamente las producciones ideológico-identitarias de los barrios *originarios* del municipio de San Pedro Cholula mediante el uso cotidiano de las *plataformas digitales* para contribuir a la reflexión antropológica de las *plataformas*, no solo como grandes industrias de producción de capital financiero y de economía global-digital capitalista, sino también como dispositivos simbólicos-digitales complejos *apropiados* por heterogéneos sujetos y sectores sociales del país, que reestructuran las funciones económicas, políticas e ideológicas hegemónicas asignadas a las mismas en función de sus propios proyectos sociales. Se argumenta que las *plataformas digitales* son dispositivos tecnosimbólicos *apropiados* para la producción de *identidad barrial-local*.

Abstract

This text ethnographically analyzes the identity productions of the original neighborhoods of San Pedro Cholula through the daily use of digital platforms and contributes to the anthropological reflection of the platforms, not only as large industries of financial capital production and capitalist global-digital economy (Srniczek Nick, 2018), but also as complex symbolic-digital devices appropriated by heterogeneous subjects and social sectors of the country, which restructure the hegemonic economic, political and ideological functions assigned to them based on their own social projects. So then, I understand digital platforms as appropriate symbolic devices for the production of local identity.

Palabras clave

Antropología de la globalización. plataformas digitales. Identidad barrial. Cholula
Anthropology of globalization. digital platforms. Neighborhood identity

Introducción

Este trabajo analiza etnográficamente las producciones identitarias de los barrios *originarios* del municipio de San Pedro Cholula (Puebla, México) mediante el uso cotidiano de las *plataformas digitales*; trata sobre como a partir de infraestructuras digitales, los habitantes de Cholula optan y logran insertarse a comunidades globales imaginadas-virtuales desde donde logran captar y difundir informaciones, símbolos, bienes, etc. de circulación mundial para producir una expresión tecno-simbólica de pertenencia local, y de esta manera contribuir a la reflexión antropológica de las *plataformas*, no solo como grandes industrias de producción de capital financiero y de economía global-digital capitalista (Srnicek Nick, 2018) sino también como dispositivos simbólicos-digitales globales complejos que son *apropiados* por heterogéneos sujetos y sectores sociales del país, que reestructuran las funciones económicas, políticas e ideológicas hegemónicas asignadas a las mismas en función de sus propios proyectos sociales. Así entonces se argumenta que las *plataformas digitales* son dispositivos tecnosimbólicos *apropiados* para la producción de *identidad barrial*.

Este texto se divide en tres apartados. El primero dedicado a la reflexión teórica sobre las *plataformas digitales*, que han privilegiado la visión homogénea sobre los procesos sociales que atraviesan diversos grupos humanos en su uso: las plataformas como una construcción homogénea del capitalismo digital. La segunda, se aproxima a las *apropiaciones* socioculturales de las *plataformas digitales*, planteando que, si bien el capitalismo digital de plataforma insiste en la homogenización de la vida social, esta no es absoluta, existen prácticas de respuesta-resistencia (*apropiación social*) que transforman las funciones hegemónicas de las plataformas. La tercera, se centra en el análisis etnográfico de la *identidad barrial* en San Pedro Cholula (Puebla) construida mediante el uso de plataformas digitales, como dispositivos que permiten la (re)producción sociocultural de formas ideológicas de identidad del barrio en Cholula, con rasgos de distinción y pertenencia. Por último, una reflexión final sobre la necesaria aproximación de los usos locales y apropiaciones socioculturales de las *plataformas digitales*, que permite ampliar la interpretación antropológica y comprensión de las prácticas humanas en las mismas.

Metodológicamente, este texto se sustentó en trabajo de campo etnográfico presencial y digital, el primero se caracterizó por acudir durante varios años (2014-2020) a diversos eventos socio religiosos y lúdicos de las comunidades, como cambios de mayordomía de barrio, circulares, procesiones, convites, mañanitas a los Santos, etc. además de realizar entrevistas informales, semi-estructuradas y estructuradas con *hijos de barrio*, mayordomos, principales y demás pobladores de los barrios originarios de San Pedro Cholula, Puebla. El segundo se distinguió por el registro digital de los contenidos digitales que los pobladores de los barrios suben cotidianamente y desde las cuales se pudo tener acceso a discursos, imágenes y símbolos como insumos antropológicos que permitieron documentar, detallar, analizar y comprender las expresiones identitarias y de distinción de sus habitantes.

Las plataformas y las comunidades digitales-globales: ¿homogeneización de la vida social?

A principios de los años ochenta, Erick Wolf (1982) advertía a antropólogas y antropólogos sobre la necesaria vinculación hermenéutica de los fenómenos socioculturales de diferentes grupos humanos con escalas y procesos mundiales, los campos de producción cultural de diferentes sociedades no podían entenderse aisladamente; el paradigma *multiculturalista* de antaño que entendía a las sociedades como archipiélagos monoculturales, hacia cada vez menos eficaz la interpretación antropológica, puesto que como menciona Wolf, los mundos sociales de la humanidad siempre han constituido un total de procesos múltiples interconectados, y el empeño por desarticular tal relación puede falsear las realidades sociales que tratamos de comprender (Wolf, 1982: 15).

Hoy, los procesos socioculturales digitales del siglo XXI forzosamente se escalan y dimensionan sobre la interculturalidad global, la interconexión vía lo digital representa uno de los retos heurísticos para los etnógrafos contemporáneos, especialmente porque mediante la interconexión digital se enuncia de una forma potenciada lo que David Harvey (1989) denominó como el

“encogimiento del mundo”: *la influencia aquí del que no está aquí*, que define la *compresión* espacio-tiempo de nuestro mundo generando revoluciones en las cualidades objetivas del espacio y el tiempo que modifican nuestra representación del mismo (Harvey, 1989: 267). Así, en las últimas décadas, la emergencia revolucionaria de las nuevas tecnologías digitales de comunicación transformó los mundos socioculturales de las sociedades a escala planetaria, globalizó las interacciones entre grupos humanos permitiendo toda clase de contactos, intercambios, conflictos, prácticas, etc. Desde un “pequeño” acto económico como ordenar un producto chino mediante *Amazon* y poder rastrear su curso las 24 horas, hasta la constitución macroeconómica de un sistema monetario digital como el *Bitcoin*¹ que ha amenazado el uso del dinero convencional; desde visibilizar una disputa política por el agua de un pueblo de la región de Cholula contra *Bonafont*, empresa embotelladora de agua, hasta formar parte -vía *Facebook*- de la lucha territorial-geopolítica entre Israel y Palestina, mientras se está en el sofá conectado desde México; desde videogravar una *fiesta* de XV años y compartirlo en las redes sociales del *Pueblo*, hasta adquirir un boleto para asistir a un concierto online de una *influencer* japonesa *cosplayer* de anime en *Tik Tok*, etc. Se advierte, que los ejemplos son innumerables.

Lo *digital* se convirtió e irrumpió en la multi-escalaridad, multi-dimensionalidad y multi-territorialidad global, es uno de los escenarios *interculturales*² contemporáneos de mayor fuerza económico-política-cultural en el mundo y parece que no hay dimensión social que escape de su radio de acción. Como refiere Gustavo Lins Ribeiro (2003) en la virtualidad-digitalidad se encuentra el núcleo duro de la comunidad-convivencia global contemporánea, cuyos niveles de articulación difieren del espacio real, aunque se coordinan con estos, y producen nuevos ambientes culturales y dominios políticos, donde la circulación de personas, bienes e informaciones en los llamados ciberespacio y cibercultura han construido universos donde las dinámicas del transnacionalismo pueden expresarse en su plenitud, representan un nuevo espacio para la comunidad transnacional imaginada-virtual. (Lins Ribeiro, 2003: 176).

En este gran macro contexto, las *plataformas digitales* se posicionaron como una de las herramientas sociales que permitieron el contacto entre la diversidad cultural, pero también como una de las principales adaptaciones del proyecto socioeconómico neoliberal-capitalista en el mundo, el llamado *Platform Capitalism* que insertó a millones de personas en tramas de homogenización mercantil. En la interpretación de varios autores, entre ellos Eric Tucker (2018) y Nick Srnicek (2018), se sugiere que no es posible entender la complejidad social de las *plataformas digitales* sin insertarlas como parte del proyecto macroeconómico-social capitalista, y con justa razón, puesto que también son uno de sus productos históricos. Después de todo, ¿cómo entender las manifestaciones sociales que suceden en *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*, etc. (plataformas) deslindándolas de los macro intereses económicos-políticos de *Facebook, Inc.*? Erick Tukcer (2018) anota que el capitalismo de plataforma desarrolló una economía digital basada en el extractivismo de valor producto de la conexión entre individuos y grupos, al respecto anota:

“In particular, venture capitalists fuel the platform economy, seeking to increase their private fortunes by finding new ways of extracting value from socially produced wealth. Platforms are digital infrastructures that enable individuals and groups to interact and are thus intermediaries. What makes them capitalist is that these infrastructures are privately owned and operated to

¹ En el año 2008 surge la moneda digital descentralizada *Bitcoin* “creada probablemente por un seudónimo y utilizada para apoyar el comercio electrónico, permitiendo a los usuarios con acceso al internet realizar transacciones mediante su ordenador o teléfono inteligente en cualquier parte del mundo a través de la red de forma segura. (Palacios, Avellaneda y Tarazona, 2015: 107).

² La *interculturalidad* conlleva a conceptualizar “a la confrontación y el entrelazamiento, a lo que sucede cuando los grupos entran en relaciones e intercambios [...] *interculturalidad* implica que los diferentes son lo que son en relaciones de negociación, conflicto y préstamos recíprocos” (García Canclini, 2004: 15). La *interculturalidad* describe las nuevas formas de interacción y confrontación que ocurren como resultado de la rápida transición de las culturas nacionales a la interdependencia global.

extract profits by becoming the ground on which transactions take place" (Tukcer, 2018: 359).

Las *plataformas digitales* se fundaron como grandes infraestructuras de orden privado, administradas por grandes corporaciones en países específicos, dedicadas a extraer ganancias mediante la conectividad de millones de personas en el mundo, fundaron un nuevo campo de acción mercantil deslocalizada insertando a innumerables personas en nuevas formas de trabajo, mercados, explotación y desigualdad social, puesto que, como anota Tukcer, "there is a need to recognize that *capitalism* is not a static system operating uniformly over time and space, but rather takes very different forms" (Tucker, 2018: 359), una de estas nuevas formas son las *plataformas*. En esta línea de argumentación hubo quienes caracterizaron a las plataformas como una revolución económica, donde cualquier trabajador, en cualquier parte del mundo, es "libre" de elegir su propio proyecto laboral, entre ellas la *Share Economy*. Sin embargo, por otro lado, son una expresión clara de nuevas formas de desigualdad social:

"From a neoliberal economic perspective, the emergence of new digital technologies portends the possibility of an economic revolution, in which there will be greater human freedom and a democratization of economic opportunity [...] For others, the impact of the platform economy is much darker [...] Here the emphasis is on the ways in which these platforms are shifting uncertainty and risks onto workers who lack employment security and face a shredded safety net in hyper-competitive, globalized labour markets" (Tukcer, 2018: 357).

Siguiendo la interpretación de Tukcer, reconocer a las plataformas como vehículos del capitalismo sólo circunscribe el inicio del problema, el análisis deberá concentrarse en preguntarse ¿qué tipo de capitalismo es el que las plataformas generan?, debido a que la teoría económica tradicional asoció el *capitalismo*³ como un sistema que privilegió el uso del *trabajo asalariado* como mecanismo, a través del cual los capitalistas podían extraer valor mediante jornadas largas de trabajo, donde ellos poseían los *medios de producción* y compraban la *fuerza de trabajo* de obreros para producir valor-plusvalía, por ejemplo, en una *Fábrica* (Tukcer, 2018: 360). Sin embargo, parece ser que en las plataformas digitales esto no opera de la misma manera que lo hacía en el antaño siglo XX industrial.

Nick Srnicek (2018) en su texto *Capitalismo de plataformas* ofrece varias características e innovaciones que significó la nueva adaptación del capital financiero privado al medio digital. En primer lugar, señala que el capitalismo digital del Siglo XXI se basa en la extracción de *datos* como valor, donde el proceso laboral es cada vez más inmaterial orientado hacia el uso y la manipulación de símbolos-afectos.

En este sentido, la clase trabajadora tradicional industrial del siglo XX dedicada a la manufactura se ve remplazada por un tipo de *trabajadores del conocimiento*, cuyo *producto-mercancía* es inmaterial: contenidos culturales, conocimientos, afectos, servicios, como los contenidos en YouTube y blogs, sitios web, software, etc. (Srnicek, 2018: 41). Srnicek evidencia que los *datos*⁴ son la materia prima del capitalismo de plataformas, aclarando que, no es que los *datos* no se usaran en otras facetas del capitalismo industrial y pre-plataforma, sino que no tenían un rol protagónico como ahora, puesto que:

³ La ya multicitada obra *El Capital: Tomo I el proceso de producción del Capital* de K. Marx (1867) ejemplifica ello, puesto que es el *capitalista* el que adquiere "en el mercado todos los factores necesarios para efectuar un proceso laboral: los factores objetivos, o (a) *medios de producción*, y el factor subjetivo (b) o *fuerza de trabajo* [...]. Nuestro capitalista procede entonces a consumir la mercancía por él adquirida, la fuerza de trabajo, esto es, hace que el portador de la misma, el obrero, consuma a través de su trabajo los medios de producción" (Marx, 215: 1867, <https://webs.ucm.es/info/bas/es/marx-eng/capital1/5.htm>)

⁴ N. Srnicek diferencia *datos* de *conocimiento*, en su interpretación, los datos son información de algo que sucedió, y conocimiento es información del por qué algo sucedió, aunque los datos pueden implicar conocimiento no es una condición necesaria de estos (Srnicek, 2018: 41).

“[...]se abrieron enormes extensiones nuevas de datos potenciales, y surgieron nuevas industrias para extraer estos datos y utilizarlos de manera tal de optimizar los procesos de producción, llevar un conocimiento interno de las preferencias de los consumidores, controlar a los trabajadores, brindar cimientos para nuevos productos y servicios que vender a los anunciantes [como *Google Maps*, coches con piloto automático, *Siri*].” (Srnicek, 2018: 43).

Con el cambio de la innovación tecnológica se abrió la posibilidad del registro y acumulación de enormes cantidades de datos sobre prácticamente cualquier aspecto de la vida social de consumidores, usuarios, individuos y grupos. Los *datos*, según Srnicek, se volvieron un recurso central para los nuevos modelos de negocios-empresariales en el capitalismo contemporáneo, principalmente para un nuevo modelo de compañía que surgió como producto del uso, gestión y administración de datos: *las plataformas*.

Las *plataformas* pueden ser entendidas como herramientas digitales-económicas que tienden a la monopolización por el uso de *datos*. Así, por ejemplo, se explica el auge de *Google* como “el mejor” motor de búsqueda que utiliza grandes cantidades de actividad de búsqueda, *datos* que construye una herramienta holística sobre los deseos de individuos y que genera ganancias brindando espacios publicitarios a anunciantes en función de esos datos; *Uber*, como plataforma de transporte (taxi), utiliza datos de tráfico vehicular-ciudadino de conductores y pasajeros; *Facebook* como red social, registra las interacciones social-íntimas de sus usuarios, permiten construir un campo de control socio económico capitalista. Son más que empresas que usan la tecnología, dado a que pueden operar en cualquier parte, donde sea que haya interacción digital (Srnicek, 2018: 43).

Otra característica de las plataformas es que dependen de *efectos de red*, entre más usuarios tenga una plataforma, más poder tiene. Los usuarios que hacen uso de una plataforma incrementan su valor para otros. *Facebook*, como menciona Srnicek “se convirtió en la plataforma de red social por antonomasia debido simplemente a la inmensa cantidad de gente que la utiliza” (Srnicek, 2018: 47). Mientras más sean las personas que usan *Google*, mejores se hacen sus algoritmos de búsqueda, haciéndolo más útil y valioso; se genera un ciclo mediante el cual usuarios generan más usuarios, cadenas de usuarios que utilizan las mismas plataformas producen un camino “natural” a la monopolización de estas.

Como última característica del capitalismo de plataformas, estas se construyen o presentan como atractivas a los usuarios y que brindan espacios digitales “neutrales”, pero en realidad, inmiscuyen en su uso políticas-controles de interacción deslocalizada. Se instituyen reglas de operación-subordinación en las plataformas, por ejemplo, *Uber* se presenta a sí misma como una plataforma intermediaria, que se configura como una *austera*; brinda un servicio de conectividad entre conductores de autos y pasajeros, entre productores de un servicio de transporte y consumidores, su narrativa circunda en que ofrece un servicio de *transporte compartido*, los conductores de *Uber* no son vistos como *trabajadores* sino son clientes que utilizan el software de *Uber* para encontrar pasaje, pero en realidad lo vende (Pasquale Frank, 2017: 317). En este sentido, *Uber* argumenta que son los mismos conductores los que son libres de elegir las cantidades, trayectos y tiempos de los viajes que realizan, pero en realidad subordina a los conductores a lo contrario: sanciona a conductores que no realizan y/o cancelan frecuentes viajes u obliga, vía estímulos monetarios, a realizar más viajes durante un día, coadyuvando a que las horas de trabajo se prolonguen por demás, en todo caso, quien diseña las reglas del juego son los mismos dueños de las plataformas, produciendo condiciones de dependencia laboral y de trabajo subordinadas:

“Leaving open the question of whether Uber drivers are legally employees or not, what is clear is that they are not economically independent in any meaningful way, but rather exist in a subordinate relation with Uber, a privately held company with a valuation estimated to be over \$60 billion” (Tukcer, 2018: 364).

De esta manera, una de las mejores estrategias de negocios de las plataformas digitales es su carácter *deslocalizado*: *Uber*, por ejemplo, es la empresa de taxis más grande del mundo, pero no es propietaria de ningún vehículo, son afirmaciones que evidencian el tipo de ejecución capitalista que poseen. Operan mediante un modelo hipertercerizado, donde los trabajadores están deslocalizados, el capital fijo, los costos de mantenimiento, etc. están deslocalizados, la principal actividad de las plataformas es el extractivo básico del valor de sus usuarios: el control de la plataforma que permite lucrar y ganar renta monopólica a través del software de su propiedad. (Srnicek, 2018: 73).

En síntesis, las *plataformas* pueden ser conceptualizadas como infraestructuras digitales capitalistas que permiten que dos o más grupos interactúen, intermediarias que reúnen a diferentes usuarios (clientes, anunciantes, proveedores de servicios, productores, etc.). Las plataformas son un tipo de empresa que fundó un nuevo modelo de negocios, se caracterizan por ser intermediarios entre diferentes grupos, por desplegar tendencias monopólicas impulsadas por efectos de red, por hacer uso de subvenciones cruzadas para captar diferentes usuarios y por tener una estructura que controla y regula a su favor las posibles interacciones en su espacio. Son modelos de negocios contruidos para la extracción de datos.

Sin embargo, ¿hasta qué punto el *capitalismo de plataforma* homogeneiza la vida social de millones de usuarios y proyectos de vida al insertarlos en contextos mercantilizantes y de extracción de valor económico? ¿todos los usuarios de las plataformas, en cualquier parte del mundo, tienden a construir expresiones socioculturales homogéneas producto de su inserción al capitalismo global digital? ¿no existen agencias socioculturales diferenciadas en las plataformas que resistan a ello? En definitiva, se piensa que las *plataformas digitales* son ambivalentes. Por un lado, mediante ellas es posible concebir la formación de una *comunidad global-digital* contruida por lógicas del capitalismo mundial que homogeneizan, a la cual se puede pertenecer en diversos grados mediante la participación subjetiva de su trama tecno-simbólica y por otro lado, son el escenario perfecto para la manifestación de *apropiaciones*, de las más diversas prácticas y fines socioculturales vía el mundo digital, donde se estructuran múltiples identidades globales contruidas en torno a intereses monotemáticos y sectoriales (Giménez, 2009: 280). Las plataformas son multidimensionales, poseen un dominio universal y otro particular en interrelación constante.

La Apropiación de las Plataformas

Aunque es evidente que las *plataformas* son un producto histórico capitalista, un modelo-empresa de negocios que propició la extracción de valor (datos) deslocalizada, también es necesario reconocer que pueden ser infraestructuras digitales reorganizadas por otros grupos, sectores e individuos en función de sus intereses sociales-culturales a lo ancho de la red digital. Son un producto del capital privado y también uno de carácter global que es *apropiado*.

¿Cómo entender antropológicamente a las plataformas digitales? Aquí sustentamos que estas involucran formas de interacción hegemónicas mercantiles-capitalistas en que fueron concebidas, pero su mismo carácter deslocalizado y global invita a pensarlas con su multi-producción y agencia diferenciada de cientos de millones de personas que incorporan plataformas a sus proyectos socioculturales de vida, de hecho, en la historia de la globalización humana, no es la primera vez que un bien social hegemónico es apropiado por sectores subalternos o diferenciados, como lo sustenta Gustavo Lins Ribeiro (2012):

“Existe una globalización económica no-hegemónica formada por mercados populares y flujos de comercio que están, en gran medida, animados por gente del *pueblo* y no por representantes de las elites [...] las globalizaciones populares, en plural, «se configuran en un proceso de apropiación desigual de los bienes económicos y culturales» del mundo globalizado por parte de los sectores subalternos” (Lins Ribeiro, 2012).

Las plataformas digitales manifiestan procesos de apropiación desigual de sus infraestructuras, amplios sectores sociales que interactúan en la red pueden reestructurar los procesos

capitalistas de las mismas en función de construir otro tipo de expresiones económicas, políticas, culturales, simbólicas etc. Partimos de la afirmación de que el mundo social-digital es *practicado*, es decir las plataformas se *practican* de forma heterogénea, dibujan campos de acción entre las expresiones-intereses de los usuarios y los usos legítimos del capital privado de éstas, al respecto José Van Dijck (2016) define a las plataformas como:

“[...] a set of relations that constantly needs to be performed, in part due to continual friction between, on one side, users’ goals of expression and, on the other side, platforms profit-seeking aims and the legal surround that defines legitimate use” (Van Dijck, 2016: 26).

En su texto “Dones, falsos dones, bienes comunes y explotación en las redes digitales, diversidad de la economía virtual”, Luis Reygadas Robles Gil (2018) plantea que la llegada de las nuevas tecnologías de la comunicación digital no supuso la imposición de un solo modelo de economía virtual, en su lugar se produjo un complejo entramado de relaciones económicas que se estructuran por distintas lógicas, las plataformas también son producto de diversas apropiaciones económicas:

“No todas las redes digitales son iguales, tampoco son estáticas, tienen historias que reflejan tensiones y disputas [...] la economía virtual no es monolítica, que las redes sociales y económicas mediadas por nuevas tecnologías de la información no han creado un solo modelo económico, sino un universo complejo de configuraciones atravesadas por relaciones de poder y entrecruzadas por distintas lógicas, en el que intervienen actores muy dispares —personas, robots, empresas, organismos gubernamentales y no gubernamentales, etc.” (Reygadas, 2018: 71).

Incluso en la dimensión de la economía virtual, Reygadas identifica varios tipos de relaciones socio económicas híbridas que tuvieron lugar como un resultado del encuentro entre diversidades culturales-digitales y la disputa por recursos en red, “[...] se trata de una arena en la que se desarrollan disputas cruciales por la hegemonía y la apropiación de los enormes recursos económicos que están en juego” (Reygadas, 2018: 73). De estos tipos de economía digital se identifican las de *don*⁵, creación de bienes *comunes de conocimiento*, tiendas por prestigio, comercio electrónico, *falsos dones* (economía de carnada), *rentismo*, explotación, etc. (Reygadas, 2018: 73). Por ejemplo, en las economías de *don* digital, destacan los intercambios entre pares en Facebook, Flickr, Instagram y otros sitios. Se intercambian cocimientos, videos, contactos, imágenes, bienes materiales y digitales, etc. que crean lazos sociales y posibilitan la estructuración de redes recíprocas de apoyo: las organizaciones en Facebook en grupos de *NENIS* que hacen circular bienes y contactos de venta; el intercambio de licencias de software, libros en pdf, videos entre estudiantes de diversas universidades en *blogs*; el intercambio de información vehicular entre usuarios de *Waze* para evitar retenes policíacos o tráfico ciudadano; el intercambio de cuentas o vehículos en *Uber* entre asociaciones de choferes etc. fundan una enorme gama de ecosistemas del *don digital* entre usuarios, ocurren cotidianamente en las plataformas y han posibilitado configurar un pensamiento entusiasta de que “las nuevas tecnologías de la información dan lugar a una economía del don y la colaboración, que supera los límites del mercado, la propiedad privada y el capitalismo” (Reygadas, 2018: 76).

Aunque, como anota Reygadas, solo son una parte del amplio abanico de posibles interacciones: “por importantes que sean los intercambios de dones, es crucial recordar que representan sólo un fragmento de las interacciones digitales, además de que se mezclan con frecuencia con

⁵ “Los *dones* se caracterizan por el otorgamiento de un bien o un servicio en forma de regalo, sin que se demande un pago a cambio. En una transacción comercial, se espera un pago de acuerdo con los términos convenidos” (Reygadas, 2017: 5).

otras formas de interacción” (Reygadas, 2018: 76). José Van Dijck (2016) es otra autora que también hace énfasis en que las plataformas digitales son un producto de sociabilidad en el marco de una *cultura de la conectividad*, como refiere:

“Plataformas como Facebook, YouTube, Wikipedia y tantas otras les permiten a miles de familias [...] entablar distintos tipos de contactos a través de los cuales comparten contenidos expresivos y comunicativos, construyen sus carreras profesionales y disfrutan de vidas sociales online. De hecho, la presencia creciente de este tipo de plataformas impulsa a las personas a trasladar muchas de sus actividades sociales, culturales y profesionales a entornos virtuales” (Van Dijck, 2016: 11).

De esta manera, la interpretación antropológica se amplía, no solo para las prácticas de orden económico, también para las dimensiones religiosas, políticas, de género, parentesco, espaciales, *identitarias*, etc. de diversos grupos humanos que utilizan las *plataformas digitales* para avivar sus proyectos culturales. Sea para atraer más clientes a una empresa en Polanco por *Instagram*; la problemática política de una vecindad respecto a un megaproyecto vial en Tacubaya visibilizada en *Facebook*; una familia pescadora en Oaxaca que pone en renta su propiedad vía *Airbnb* para aprovechar los ingresos del turismo extranjero en Mazunte o la *transmisión en vivo* de la festividad del *Altepeilhuitl* en un barrio en Cholula. etc., manifiestan que el uso de plataformas digitales es diferenciado y heterogéneo, siguen lógicas socioculturales que los mismos grupos determinen convenientes para sus modos de vida.

La identidad barrial y su producción tecnosimbólica: entre Santos y páginas de Facebook

Las construcciones sociales en las plataformas digitales evidencian la fricción entre sus formas globales y las apropiaciones de estas, inciden en la vida tecno simbólica- material de los grupos humanos y coadyuvan a configurar expresiones híbridas. En realidad, puede que sea un obstáculo hermenéutico diferenciar ambas dimensiones (digital y material), puesto que ambas se producen coordinadas en varios fenómenos sociales contemporáneos.

De esta forma, en las plataformas, los habitantes de los barrios originarios de San Pedro Cholula logran localizar bienes e informaciones material-simbólicos de circulación mundial para construir “lo propio”, lo comúnmente denominado como *la tradición*. Así, los Santos patronos barriales ya no sólo brindan maíz, sino también *dólares* para sus hijos migrantes en Indianápolis; los *Mayordomos* ya no son exclusivamente campesinos, sino ahora son *Bikers* con motocicletas Harley Davidson que escoltan a la Virgen de los Remedios; los artistas locales elaboran imágenes del barrio con técnicas de otros artistas de Nueva York que aprenden por YouTube; la música popular que utiliza instrumentos de viento para las fiestas incorpora nuevos ritmos: de vez en cuando, se puede escuchar un tema de The Rolling Stones en el convite, etc.

Como se argumentó, las plataformas están al servicio de diversas prácticas sociales guiadas según proyectos de vida cultural, en este sentido, una de las manifestaciones que ocurren como parte de la vida socio religiosa e identitaria de los barrios *originarios* del municipio de San Pedro Cholula, es la creación numerosa de *páginas*, grupos, perfiles de *Facebook* de sus barrios y Santos Patronos como una producción que se coordina y está en función de otras prácticas, como fiestas, procesiones, misas, ferias, convites, etc., las *plataformas digitales* entendidas como un insumo social que (re) produce la identidad local en pueblos urbanos del país.

Breve contexto de Cholula, Puebla

Cholula es un escenario social que traza sus orígenes desde la tradición teotihuacana, su fundación como ciudad sagrada en el altiplano central de México estuvo en relación a la llegada dos grupos étnicos prehispánicos: los *tolteca-chichimeca* y los *olmeca-xicalanca*, que arribaron y ocuparon el centro del valle Puebla-Tlaxcala, asentándose alrededor del *Tlachihualtepetl* (Hoy, Santuario de los Remedios), que conformaron a una población organizada por grupos y afiliaciones tribales fundamentalmente cimentada en los lazos de parentesco (*calpullis*) No fue sino hasta el

horizonte clásico mesoamericano (100 a.n.e- 600 d.n.e) que la ciudad de Cholula se edificó como una de las ciudades más importantes de Mesoamérica, cuya traza urbana era extensa, con grandes plazas cívicas, comerciales y habitacionales además de los centros ceremoniales de gran magnitud, como el Tlachihualtepetl dedicados a deidades relacionadas con el culto al agua (Olivera, 1970: 212).

La ciudad de Cholula siempre se ha definido por su papel como centro religioso y festivo para gran parte de los pueblos asentados sobre el Altiplano central de México desde su época prehispánica, es un escenario social que ha atravesado diversas divergencias sociohistóricas, primero la Colonia, luego la Industrialización y ahora la globalización moderna del siglo XXI que, pese a ello, sus habitantes siguen reproduciendo estructuras de orden tradicional (Bonfil, 1973) hibridizándose con otros proyectos socioculturales heterogéneos a nivel regional, en especial aquellas enmarcadas dentro de las dinámicas socio-religiosas y económicas propias de habitantes de los barrios que componen a los municipios de San Pedro y San Andrés Cholula y los constructos humanos importados de la sociedad global y urbana producto de su conurbación con la ciudad de Puebla. Hoy, el territorio de Cholula funda su posición como una de las áreas con mayor movilidad e incidencia social de la zona metropolitana entre los estados de Puebla y Tlaxcala. Conforman un centro político, económico, devocional y administrativo por ser entidad con la mayor concentración de población, inversión privada, servicios, actividad comercial y religiosa.

Pese a la fusión de capitales culturales urbanos y rurales, los habitantes oriundos de los barrios cholultecas edifican formas de habitar sustentadas en los ciclos festivos populares y una cosmovisión a partir de la devoción a santos patronos y vírgenes, siendo la principal el culto a la Virgen de los Remedios, “patrona de las Cholulas” como deidades tutelares constituidas como dispositivos de apropiación socio-territorial y una organización social tejida en sistemas de parentesco que da pie y forma a las instituciones socio-religiosas como el sistema de cargos, elementos que estructuran y dan sentido a la vida social del lugar. El proyecto de vida social de los barrios *originales* del municipio de San Pedro Cholula se define como un orden urbano que se destaca por sus fuertes constructos identitarios, su vida socio religiosa-lúdica activa y por la continuidad de ciertos rasgos culturales coloniales-prehispánicos. Los *barrios* desempeñan unidades socio territoriales que integran un fuerte sistema de cargos o mayordomías, formas de organización social-política-religiosa, encargadas de la administración de las fiestas y eventos lúdicos de las comunidades, pero también como representantes de estas, cuya función radica en la vinculación social directa de los individuos, configurando identidades comunitarias sustentadas en la devoción a una deidad tutelar (virgen o santo patrón) que funge como representante, imagen o símbolo barrial.

Los barrios componen instituciones socioculturales que dotan de membresías, pertenencias y distinciones sustantivas frente a los embistes de la urbanización externa, dan sentido a la vida social de sus habitantes. Cada uno diferenciado por su santo patrón, los cargos propios de sus localidades, sus fiestas y su relación hacia otros barrios. Actualmente en San Pedro Cholula existen 10 barrios: Jesús Tlatempa, San Matías Cocoyotla, Santiago Mixquitla, San Cristóbal Tepontla, San Miguel Tianguisnahuac, San Juan Calvario Texpolco, Santa María Xixitla, La Magdalena Coapa, San Pedro Mexicaltzingo y San Pablo Tecama. En San Pedro Cholula es muy común observar el recorrido de alguna procesión religiosa, el apresto de un convite o fiesta en las calles, plazas e iglesias de la cabecera, evidencian una forma de habitar y concebir la realidad, apoyada en la devoción tutelar y vinculación vecinal; el sonido de los cohetes, las ferias, el uso lúdico de pirotecnia, los campanazos de las iglesias o las bandas musicales de viento acompañando a alguna festividad del calendario anual cholulteca, son elementos que enuncian y conducen una dinámica sociocultural que involucran a la mayoría de sus habitantes y se refuerza con la interacción y reproducción social.

Las fiestas en San Pedro Cholula son dispositivos de ritualidad comunal, su realización es de suma importancia para sus pobladores porque refuerza el vínculo recíproco entre los pobladores y las deidades. Al igual que el sistema de cargos, las fiestas se dividen en varias vertientes, están las internas de los barrios que difieren según la localidad y las que celebran en conjunto los diez barrios llamadas *circulares*. Podemos dividir el calendario Cholulteca festivo en: 1) *Fiestas Patronales*, 2) *Fiestas de Circular*, 3) *Fiestas de Pueblo*, aunque se anexan otras de carácter menor como

los cambios de menordomías y cargos internos de cada barrio, en su conjunto representan unas 1500 fiestas al año según un informante. Y en las últimas décadas las expresiones identitarias de los barrios originarios han empezado erigirse digitalmente, como construcciones nuevas y dinámicas que buscan su reproducción sociocultural en las plataformas.

La construcción tecno simbólica digital de la identidad barrial

Siguiendo el esquema de pensamiento de Gilberto Giménez (1997), toda identidad social es en primer lugar, una construcción de distinción, “supone la presencia de elementos, marcas características o rasgos distintivos que definan de algún modo la especificidad, la unicidad o la no sustituibilidad de la unidad considerada” (Giménez, 1997: 4). La *distinguibilidad* es una condición fundamental y ésta, forzosamente debe ser examinada y reconocida por los otros (externos), ya que no basta con que las personas se perciban como distintas, sino que la diferencia se construye por el reconocimiento de otros.

En sentido, una de las principales expresiones en donde se expresa la distinguibilidad barrial son en las *páginas de Facebook* de los barrios. La creación masiva de tales paginas por parte de *hijos de barrio*, comitivas, mesas directivas de principales-mayordomos, hermandades de cargadores, equipos de futbol, etc. se convirtió de vital importancia entre los pobladores de los barrios, como un escenario territorial digital de difusión- reproducción de valores identitarios y de creación de nuevos vínculos sociales barriales. Así, por ejemplo, los *mayordomos*, *Principales* e *hijos de barrio* utilizan las plataformas como *Facebook* para difundir sus actividades religiosas, aumentar su prestigio social y exaltar la *fuerza político-social* de su barrio frente a otros entre la comunidad. Por ejemplo, La exaltación de las *fiestas* vía la creación de *post* en *Facebook*, funciona como producción simbólica digital de identidad, puesto que se graban y transmiten los recorridos de las procesiones patronales, se suben fotos de las familias del barrio en la feria, de mayordomos realizando alguna obra de mantenimiento de la iglesia del barrio y de los *convites* en honor al *patrón* donde abunda el alcohol y la comida, la vivencia espacial del barrio se traslada a *post* de *Facebook*, es casi norma social publicar y/o exaltar las dinámicas festivas vía plataformas de red social (Fotografía 1).



Fotografía 1: Post de *Facebook* durante la procesión de los faroles en San Pedro Cholula. Fuente: Página de Facebook del barrio de Santiago Mixquitla, creada por los mayordomos del ciclo 2018-2019.

La creación de páginas de Facebook también se volvió central para la manutención de los lazos sociales con aquellos miembros del barrio que migraron, en específico, los barrios de Santiago Mixquitla y San Matías Cocoyotla son los que presentan mayores índices de migración. Elaboran contenidos digitales para que sus paisanos migrantes sigan sintiéndose parte del barrio, aun estando distanciados. Resaltan, por ejemplo, post de fotos antiguas del barrio, con familiares en convivencia, de fiestas pasadas, fotos de miembros fallecidos, recuerdos escritos, crónicas históricas del barrio, valores religiosos, etc. que recrean memorias y avivan las anécdotas en torno al barrio y sus tiempos pasados, haciendo emerger sentimientos de nostalgia que reestructuran la identidad social común. También, la difusión digital de las fiestas es vital para los migrantes que es allí donde pueden observar que sus recursos son utilizados según los intereses comunitarios, puesto que muchas veces hacen transferencias monetarias vía otras plataformas a sus familiares para financiar parte de las fiestas, remesas dedicadas al Santo Patrón de su barrio.

Otro de los caracteres identitarios de los barrios es en torno a la cosmovisión de los Santos y Vírgenes como *personas*, Hoy en día, la cosmovisión en torno al patrono tutelar se torna compleja, porque en Cholula respondía a caracteres de la vida agrícola y de tradición mesoamericana y aunque los grupos humanos que habitan su territorio siguen reproduciendo, esos caracteres también los fusionan con constructos urbanos de reciente auge (Fotografía 2).



Fotografía 2. Exaltación de las festividades del Altepeihuitl 2021, durante la epidemia, la interacción en redes fue crucial para la realización de las fiestas, al ser uno de los pocos espacios donde podía construir convivencia. Fuente: pagina Facebook de la mayordomía 2020-2021 del barrio de Santiago Mixquitla.

Dos signos sobresalen en torno a la cosmovisión de santos y vírgenes en Cholula: 1) su visión como personas y 2) el sistema parental de éstos (Licona y Sánchez, 2019). Por ejemplo, en el barrio de Santiago Mixquitla, se cree que el patrono tutelar, al que se le nombra “El señor Santiago”, se alimenta, se alegra, se entristece, se enferma, se cansa, se pone de malas o se enoja, aspectos que repercuten cosmovisivamente en el quehacer cotidiano del barrio, por ejemplo cuando se enoja dificulta a propósito su traslado, sea en una procesión o simplemente para cambiarlo de lugar al interior del templo, este se torna más pesado para sus cargadores e incluso se le mira pálido y sin color en “sus chapitas rojas”. Tienen relaciones de parentesco con otros santos y vírgenes de los barrios vecinos, el señor Santiago, posee una estrecha relación “amorosa con la virgen María de Xixitla”, el señor Santiago es quien se encarga de recogerla y escoltarla como todo un caballero a su templo”, según la narración de una informante.

El culto patronal es de suma importancia porque el Santo o Virgen condensa en su interior la trayectoria histórica, consolida la identidad, y compone el presente y futuro de los barrios-

pueblos, son iconos y protagonistas de las festividades, peregrinaciones, procesiones y guardián-fundadores de la vida social, en síntesis, constituyen la objetivación emblemática del grupo, por ello, donde está el santo está el pueblo, aunque no se concentren en su totalidad numérica (Giménez, 1978: 147-148).

En este sentido, como cualquier persona contemporánea, un Santo también necesita poseer un perfil personal de *Facebook*. Los pobladores de muchos barrios utilizan los perfiles de su patrono para dedicarle algunas palabras, manifestar peticiones, favores o simplemente para rendirle culto y exaltar su figura mediante compartir imágenes con su *imagen*. Por medio de estas se evidencia que el santo actúa cotidianamente, un santo también puede hacer su labor ritual por medio de *Facebook* (Fotografía 3).



Fotografía 3. “El señor Santiago” convocando a los hijos de barrio de Mixquitla para acudir a la procesión de los faroles en honor a la Virgen de los Remedios el 31 de agosto. Fuente: perfil de Facebook del Santo Patrono Santiago de Mixquitla.

Existen otros actos, por medio de los cuales, se vuelve muy eficiente la mediación en Facebook del santo patrono, por ejemplo, cuando un ser querido del barrio padece de mala salud, muchos de los pobladores dedican oraciones, peticiones y misas online mediante el perfil de su Santo. Durante la epidemia (covid 19) esta fue una dinámica muy recurrente que fundó nuevas prácticas de petición ritual simbólico digital, es muy recurrente postear buenos deseos y palabras de alivio para quienes sufren de alguna adversidad, siempre mediando la intervención de su deidad tutelar, también para dar pésames, etc. vía las plataformas.

También resalta la creación de blogs y dominios web mediante otras plataformas (Google) en las que algunos pobladores, en especial los cronistas e historiadores del barrio, construyen como un dispositivo social de registro y documentación de las tradiciones y costumbres de su comunidad, según un informante, es recurrente la socialización de estos blogs entre los niños de la comunidad, puesto que por medio de estos se aprenden algunas de las tradiciones y significados del barrio.

Existe una gran diversidad de prácticas sociales en red que reproducen la identidad, las presentadas son algunas muestras etnográficas de los usos socioculturales que hacen los pobladores de los barrios de Cholula como insumos sociales para la producción de su *identidad barrial*. Así

entonces, las *plataformas digitales* también evidencian lógicas diferenciadas a las capitalistas hegemónicas que las vieron nacer, cambian y se reestructuran en función de los objetivos-intereses que los mismos grupos determinen, pensar en las plataformas digitales como dispositivos productores de identidades locales, considero profundiza la interpretación sobre su uso y función social.

Reflexión Final

Ante la emergencia global de las plataformas digitales es necesaria la aproximación antropológica centrada en las construcciones locales (glocales) que diversos grupos humanos realizan con ellas (*plataformas digitales*) para comprender la agencia sociocultural que las sociedades efectúan, puesto que las conceptualizaciones sobre el *mundo digital* contemporáneo, y particularmente de las plataformas digitales manifiestan la relativa homogeneización de la vida social producto de un nuevo *capitalismo cognitivo* que inserta a diversos sujetos a escala planetaria en tejidos de desigualdad social. Sin embargo, aunque no se niega la presión hegemónica del capital digital, la homogeneización no opera de forma absoluta, se sugiere entender a las *plataformas digitales* como un campo basto de (re)producción sociocultural, principalmente local y/o glocal.

Bibliografía

- Bonfil Batalla, Guillermo (1973). *Cholula la Ciudad Sagrada en la Era Industrial*. Universidad Nacional Autónoma de México. México.
- Dijck, José Van (2013). "Tracing Twitter: The Rise of a Microblogging Platform". En *International Journal of Media and Cultural Politics*, 7 (pp. 333-348). https://doi.org/10.1386/macp.7.3.333_1
- Dijck, José Van (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*, Siglo XXI Editores, Buenos Aires.
- Harvey, David (1989). *The Condition of Post-Modernity*. Oxford. Basil Blackwell.
- García Canclini, Néstor (2004) *Diferentes, desiguales y desconectados, mapas de la interculturalidad*. Gedisa editorial, Barcelona, España.
- Giménez, Gilberto (1978). *Cultura popular y religión en el Anáhuac*. Centro de estudios Ecuménicos. México.
- Giménez, Gilberto (1997). *Materiales para una teoría de las identidades sociales*. http://docentes2.uacj.mx/museodigital/cursos_2008/maru/teoria_identidad_gimenez.pdf
- Giménez, Gilberto (2009). *Identidades Sociales*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes- Instituto Mexiquense de Cultura, México.
- Lins Ribeiro, Gustavo. (2012). "La globalización popular y el sistema mundial no-hegemónico", en *Nueva Sociedad*, núm. 241, (pp. 36-62).
- Lins Ribeiro, Gustavo (2003). "Internet y la comunidad transnacional-imaginada-virtual". En *Postimperialismo. Cultura y política en el mundo contemporáneo*. Barcelona/Buenos Aires, Gedisa editorial, (pp. 175-198).
- Licona Valencia, Ernesto; Gámez Espinosa, Alejandra y Villalobos Sampayo, Leticia (2016). *Hacia una Definición Sociocultural Territorial del Valle de Puebla-Tlaxcala*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. México.
- Licona Gámez, Sebastián y Sánchez Águila, Daniel (2019). "Fiesta y cosmovisión. La celebración al señor Santiago de Mixquitla, San Pedro Cholula". En *Fiestas Patronales Barriales en la Ciudad Dual de Cholula*, Alejandra Gámez Espinosa, Rosalba Ramírez Rodríguez y Angelica Correa de la Garza(coords). (pp: 125-167) BUAP, México.
- Marx, Carlos [1867] (1973). *El capital. Crítica de la economía política*, Vol. I cap. 5, Fondo de Cultura Económica, México.
- Olivera Bustamante, Mercedes (1970). "La importancia religiosa de Cholula". En *Proyecto Cholula*, Ignacio Marquina (coord.), (pp: 211-247). INAH. México.
- Olivera Bustamante, Mercedes y Reyes García, Cayetano (1969). *Los choloques y los cholultecas: apuntes sobre relaciones étnicas en Cholula hasta el siglo XVI*. Anales del Instituto Nacional de Antropología e Historia, Tomo I. Secretaría de Educación Pública, Ciudad de México.
- Pasquale, Frank (2017). "Two Narratives of Platform Capitalism". En *Yale Law & Policy Review*, vol.35, núm. 1, (pp.309-319).
- Palacios, Z. J.; Vela, M. A. y Tarazona, G. M. (2015). "Bitcoin como alternativa transversal de intercambio monetario en la economía digital". En *Redes de Ingeniería*, No. 6(1), (pp.106-128). <https://doi.org/10.14483/udistrital.jour.redes.2015.1.a08>

- Plantin, Jean-Christophe; Lagoze, Carl; Edwardsm Paul N. y Sandvig, Christian (2016). "Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook". En *new media & society*. University of Michigan, USA. (pp: 1-8). <https://doi.org/10.1177/1461444816661553>
- Reygadas, Luis (2018). "Dones, falsos dones, intercambios asimétricos y explotación en las redes digitales. Diversidad de la economía cognitiva", *Desacatos*, núm. 56, (pp. 71-89). <https://doi.org/10.29340/56.1878>
- Srnicek, Nick (2018). *Platform capitalism*, Cambridge: Polity Press (pp: 39-86)
- Tucker, Eric (2018). "Uber and the unmaking and remaking of taxi capitalisms: Technology, law, and resistance in historical Perspective", en Derek McKee, Finn Makela, Teresa Scassa (eds.) *Law and the "Sharing Economy". Regulating online market platforms*, Ottawa: University of Ottawa Press, (pp. 357-391). <https://doi.org/10.2307/j.ctv5vdczv.15>
- Wolf, Eric R. (1982). *Europe and the People without History*. Berkeley. University of California Press.

