

Del crepúsculo al anochecer: Juventudes a través del trabajo, violencias y sus espacios

Julio César Becerra Pozos
Rolando Javier Salinas García
(Coordinadores)

Prólogo de
Alfredo Nateras Domínguez



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
DE QUERÉTARO



gedisa
editorial

**Del crepúsculo al anochecer:
Juventudes a través del trabajo, violencias y sus espacios**

© Julio César Becerra Pozos
Rolando Javier Salinas García
(Coordinadores)

Primera edición: octubre de 2023

Reservados todos los derechos conforme a la ley.

© 2023 Universidad Autónoma de Querétaro
Cerro de las Campanas, Centro Universitario,
76010, Santiago de Querétaro, Qro.

Derechos reservados para todas las ediciones en castellano.

© Editorial Gedisa Mexicana, S.A.
Tepeji No. 86, Col. Roma Sur
06760, Ciudad de México, México
www-gedisa-mexico.com
gedisa@gedisa-mexico.com

ISBN UAQ: 978-607-513-684-4
ISBN Gedisa: 978-607-8866-72-4
IBIC: JBSW

Queda prohibida la reproducción parcial o total, directa o indirecta, del contenido de la presente obra, sin contar previamente con la autorización expresa y por escrito de los editores, en términos de lo así previsto por la Ley Federal del Derecho de Autor y, en su caso, por los tratados internacionales aplicables.

Las opiniones y los contenidos incluidos en esta publicación son responsabilidad exclusiva del/los autor/es.

Impreso y encuadernado en México/*Printed and bound in Mexico.*

ÍNDICE

Prólogo“Atrapados y con salida”: juventudes y paisajes crepusculares	9
Alfredo Nateras Domínguez	

Introducción	25
Julio César Becerra Pozos Rolando Javier Salinas García	

1. Tiempos modernos: La relación juventud y sindicalismo en México	47
Rolando Javier Salinas García Juan Manuel Godínez Flores Candi Uribe Pineda	

2. Precario sin causa: Apuntes sobre las juventudes y su persistente precariedad laboral en Argentina	71
Ana Miranda Miguel Ángel Alfredo	

3. <i>Total nightcall: Noctis/noctem</i> , una propuesta para la investigación sobre trabajo, desigualdad y juventudes en contextos nocturnos	107
Julio César Becerra Pozos	

4. El *show* (nocturno) de Truman: *Noctis*
y trabajo no clásico en *lives* de TikTok 137
José Ángel Cerón Hernández
5. The Jazz Club: Jóvenes de la escena jazzística
de Xalapa, Veracruz 163
Estefanía Romero Tapia
6. *Tempos* violentos. Experiencias del espacio público nocturno
en jóvenes vendedoras informales de la Zona Centro de Tijuana
durante la pandemia por COVID-19 195
Agnes del Rosario Jiménez Romo
7. El amor al arte en tiempos de pandemia:
trabajo e identidad en jóvenes creadoras
y creadores escénicos de la Ciudad de México 223
María Azucena Feregrino Basurto
8. *Post tenebras lux*. Mujeres que viven
en las calles de Tijuana: precarización
y el fatal continuo de violencias 249
Juan Antonio Del Monte Madrigal
9. *¡Yo te elijo!* Experiencias de mujeres jóvenes
que usan aplicaciones móviles de citas y videojuegan 277
Ana Valeria Rodríguez Barrientos
Gabriela Montoya Gastélum

4. El *show* (nocturno) de Truman: *Noctis* y trabajo no clásico en *lives* de TikTok

José Ángel Cerón Hernández¹

Resumen

Cuando vemos a personas que muestran aspectos de su vida cotidiana y privada en la televisión o a través de las redes como si de un programa sobre intimidad se tratase, es imposible no remitirnos a *El show de Truman*. A diferencia de que el personaje principal en esta película desconocía que su vida era transmitida para entretener a una gran audiencia, en los tiktoks las personas deciden ser vistas para construir una atmósfera lúdica para quienes desean conocer y, en la medida de lo posible, interactuar en un espacio de sociabilidad semipúblico. El objetivo de este texto es explorar algunas implicaciones analíticas de los conceptos de *noctis* y la *noctem* entendida esta última como una configuración social de la experiencia nocturna (Becerra, 2018, 2022) como posibles ejes articuladores del estudio del trabajo juvenil, en este caso el de productores de contenido audiovisual en redes sociodigitales. La argumentación central se enfoca en el principio de proceso de trabajo a través de la interacción con usuarios/clientes como parte de la construcción

¹ Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa.

social de la nocturnidad vista como una modalidad del *trabajo no clásico* (De la Garza, 2012).

Como parte del escenario empírico de esta exploración establezco a los productores de contenido en plataformas sociodigitales como TikTok, Facebook e Instagram en la modalidad de *reels*, *shorts* (videos cortos) y, sobre todo, de los *lives* (*streaming* bajo demanda) como delimitación del sujeto de estudio. La razón de ello es la constatación de que con base en sus procesos productivos en el video y *streaming* (Cerón y De la Garza, 2018) vueltos *noctis*, pueden existir vínculos en la construcción de nocturnidad hacia *noctem* en quienes consumen sus contenidos.

Palabras clave: trabajo no clásico, jóvenes, *streaming*, trabajo nocturno

TikTok, lo juvenil, lo urbano y el trabajo: una problematización

En los últimos años, ha cobrado una fuerte popularidad la aplicación para dispositivos móviles la plataforma sociodigital TikTok, con la que se crean y comparten videos cortos. Su lanzamiento inicial fue en 2016 y se difundió en el mundo a partir de 2017; para 2022 ya había acumulado cerca de mil 22 millones de usuarios mensuales a nivel mundial y alrededor de 50.5 millones de usuarios en México, los cuales en su mayoría son jóvenes (Data Reportal, 2022).

La producción de videos cortos la puede realizar cualquier persona que cuente con recursos mínimos, como tener un dispositivo móvil, conexión a internet y formar parte de la masificación de la difusión y consumo de estos productos. Al igual que en su momento *Broadcast Yourself* de YouTube, se buscaba la democratización en el acceso a esta dinámica de producción.

Esto, sin duda, conlleva el desarrollo de una industria cultural que establece relaciones de producción concretas a partir de espacios publicitarios para ser vendidos a una audiencia constante. De igual

manera, se establecen relaciones entre productores, de “socios productores”, que cobran relevancia entre los usuarios consumidores y la empresa, tal como sucedió con las demás plataformas de producción de videos como YouTube, Twitch o Facebook Gaming.

Se considera que 99.3% de la población con acceso a consumo en redes sociodigitales, al menos en México, ve videos en internet; y de este porcentaje, 46.8% prefiere TikTok (Data Reportal, 2022). Cabe destacar que el formato de producción para quien recién conoce la plataforma parece ajeno a lo que se está acostumbrado; sin embargo, este tipo de producción también se encuentra en Facebook, YouTube o Instagram bajo la figura de “video corto”, *reel* o *short*, lo cual hace que TikTok se posicione muy fácil en las preferencias del consumidor.

Lo anterior nos lleva a pensar en una apropiación juvenil de las narrativas en TikTok, que aunque no lo vean todo el tiempo, impacta en las relaciones cara a cara fuera de la propia aplicación. Supone, también, la intencionalidad de producir contenidos con la promesa de ser “socio productor” dentro de la plataforma. Así que miles de personas crean sus videos buscando *likes* al compartirlos, ganancias por visualizaciones y donativos si desean realizar transmisiones en vivo, conocidas como *lives*.

En un primer acercamiento empírico al fenómeno me pude percatar de algunas características de los contenidos, especialmente de los *lives* transmitidos en tiempo real y que se refieren a producir ocio en el otro mediante la interacción con el usuario a través de regalos o donativos. Las producciones, aunque no exclusivamente, se realizan generalmente en la noche o en momentos de asueto y se incorporan a tiempos de lo urbano. Lo anterior supone un trabajo con el ocio del otro, resultando así la necesidad de un abordaje desde los tiempos de trabajo y de reproducción que proveen los estudios de la nocturnidad y la ciudad.

En este texto haré una reflexión sobre el trabajo que supone la producción, circulación y consumo de los contenidos de TikTok por parte de personas jóvenes, los cuales se intersecan por aspectos como la nocturnidad y las dimensiones estética y emocional del

trabajo no clásico; cuya particularidad, teniendo en mente los *lives*, reside en las interacciones con el usuario y las liminalidades de estos intercambios, conforma espacios donde prevalece lo experimentado y no el lugar mismo, siendo así una vía de satisfacción de necesidades y, por ende, de objetivación de trabajo.

Asimismo, el consumo de contenidos en TikTok puede ser considerado un escenario empírico de análisis de lo laboral y lo juvenil, donde la percepción de los ritmos de trabajo y reproducción social, en este caso de consumo y producción de nocturnidad, también está dictado por los ritmos de lo urbano. Con ello va la intención de contribuir, aunque someramente, al estudio de estos fenómenos que, en ocasiones, quedan colocados en los estudios de la comunicación o de enfoques sociodemográficos. Asimismo, he de reconocer un interés particular por comprender los procesos sociales con implicaciones significativas en circuitos de producción de valor, donde el trabajo vivo, objetivado en la elaboración de mercancías que satisfacen necesidades del orden de lo estético, lo emocional, cognitivo, ético, moral, entre otros, complejizan el concepto de mercancía clásica. Con ello pretendo un avance en el programa de investigación, en línea con Lakatos, a través del cuestionamiento mediante la indagación de ejemplos particulares de lo posible, tal como diría Bachelard (1976).

En la mira de ASMR e IRL en los lives de TikTok como escenario empírico

Las dimensiones de trabajo que enuncié anteriormente pueden distinguirse de manera analítica en las propias características de los videos: divulgación científica, consejos de autoayuda con frases de afirmación, juegos con las liminalidades de la sexualidad permisible en la aplicación, noticias, los *dank* memes,² corrientes o *trends*

² Se pueden entender como producciones realizadas por usuarios que, por rabia o por desacuerdo con ciertas tendencias de producción, de mercadotecnia o de ciertos productos culturales que se desarrollan por la mercadotecnia, buscan

de comunicación y entretenimiento, por mencionar algunos. En las plataformas, de un modo similar, se establecen las transmisiones en vivo donde el componente interactivo es fundamental; en este destacan dos modalidades, aunque existen más, y que llaman particularmente mi atención: los ASMR (Autonomous Sensory Meridian Response) y los IRL (In Real Life).

Si bien los ASMR refieren a un fenómeno orgánico producido por ruidos que generalmente ocasionan placer a quienes los escuchan, se volvieron particularmente populares en los contenidos elaborados en muchos *lives* de TikTok. Requiere de micrófonos de alta sensibilidad con los que las y los productores de contenido acarician, susurran, tocan con objetos, soplan, leen, cepillan o realizan actividades cuya emisión de ruidos es captada por tal dispositivo.

Durante las transmisiones de ASMR, las y los productores buscan establecer contacto con las personas espectadoras pronunciando palabras en específico, acariciando ciertos objetos que enunciarán solo si el donativo es el adecuado. Evidentemente se trata de un trabajo interactivo que requiere del intercambio con otro sujeto para objetivar el trabajo. La manera en que se monetiza, al igual que todos los *lives*, se basa en los donativos –ocultos por íconos– que varían de precio y se realizan con dinero local.

Estos objetos digitales son donados para incidir en que la o el productor de contenido en vivo modifique su producción (dejar se susurrar, comenzar a acariciar, mencionar el nombre del usuario, etc.). En investigaciones relacionadas sobre *youtubers* y *streamers* a este fenómeno se le ha denominado *promesa de proximidad* (Cerón, 2020), que refiere tanto a ser reconocido por realizar la producción como a ser reconocido por ser el espectador de esa producción.

Las personas productoras de contenido también modifican su espacio de transmisión para complementar la estética de la transmisión, además del carácter emocional que implica la interacción con las personas espectadoras. Tal como mencionara Hirschfeld,

escapar del seguimiento algorítmico de su producción. En síntesis, pueden ser estruendosos y difíciles de descifrar.

con base en Goffman, el juego de la presentación del yo en las relaciones sociales, que en este escenario empírico se suscita en espacios digitalizados, forma parte importante en la objetivación del proceso de trabajo y de valorización en la circulación y consumo de videos en internet.

De forma similar podemos situar a los *lives* basados en IRL, que cuentan con una mayor diversidad de contenidos (música, concursos, divulgación, cosmología, videojuegos, personas durmiendo, realizando actividades cotidianas, por mencionar algunos) pero al igual que los ASMR hay una interacción estrecha con los usuarios; en esta categoría no es necesaria la *promesa de proximidad* de manera preponderante, aunque no está del todo ausente.

Observar a quienes buscan ser observados: perspectiva metodológica y trabajo de campo

La investigación empírica de este fenómeno supuso algunos retos de orden epistemológico y metodológico que implican interacciones mediadas por plataformas sociodigitales. Desde un enfoque sociológico, e inclusive etnográfico, la interpretación de significados a través de prácticas concretas toma varios caminos al intentar percibir las complejidades de una transmisión en vivo y las relaciones sociales de producción que ahí se construyen.

Como la intención de este texto es realizar una problematización con base en un escenario empírico concreto, establecí el objetivo específico de avanzar en el estudio profundo del fenómeno de la producción de bienes simbólicos y las relaciones sociales concretas que se construyen en redes sociodigitales por la población joven.

Varios caminos se han tomado para el abordaje de las interacciones sociales concretas en redes sociodigitales, algunos desde la etnografía virtual (Hine, 2000), o de una compleja imbricación entre vida cotidiana y tecnología conocida como *tecnovidas* (Gómez y Harindranath, 2020). Sin embargo, para nuestro caso de estudio cabe destacar que es necesario reconocer la pertinencia de

investigar desde trayectorias sociolaborales concretas y de la articulación de distintos niveles de realidad que inciden en la configuración del trabajo de tiktokers.

Por un lado, se encuentra el problema de emplear conceptos fundamentales de la sociología del trabajo como control, proceso de trabajo o relaciones laborales enfocados a procesos de oscurecimiento del trabajo. Por otro, se encuentra el reconocimiento de procesos socioculturales que se pueden objetivar en formas concretas de circuitos de producción, circulación y consumos juveniles mediados por contenidos generados en espacios sociodigitales.

En cuanto al camino a seguir para la exploración de campo, opté por la observación sistemática de tiktokers durante un periodo de seis meses: de enero a junio de 2022. Las dimensiones que operacionalizaron esta técnica fueron: procesos de trabajo, control, relaciones laborales, trabajo estético, emocional, así como la construcción de la nocturnidad y consumo juvenil.

Trabajo no clásico para el estudio del trabajo juvenil en redes sociodigitales

Con fundamento en las tesis del capitalismo cognitivo (Fumagalli, Lucarelli, Musolino y Rocchi, 2018) retomo el concepto marxista de explotación para caracterizar la esencia de las interacciones en las redes sociodigitales, mostrando la relevancia de las especificidades de las relaciones, los procesos productivos, la distribución y el consumo que se generan en dichas redes (Reygadas, 2018: 73). Es de ayuda pensar estas interacciones como una articulación de prácticas sociales en una economía digital, las cuales pueden abordarse empíricamente.

Para tratar el tema desde una visión situada en América Latina y comprender las relaciones objetivas de las relaciones de producción de valor en la economía digital, nos apoyaremos en algunas tesis que proponen la relación del binomio “dato-algoritmo” como una relación social (Mallamaci, Gordon, Kreпки *et al.*, 2020), ya

que exploran las posibilidades del cambio técnico en los procesos productivos mediante la datificación de la vida, donde se considera a la tecnología de la información, los datos e internet en la producción, así como los efectos positivos y negativos de estos en la economía.

Sin embargo, también habrá que considerar las relaciones concretas de producción donde la tecnología y sus tratamientos oscurecen a las y los trabajadores que intervienen, los cuales no necesariamente se encuentran en los procesos de “producción de información” en sí mismos. Más bien queremos explorar la posibilidad de preguntarnos sobre el trabajo vivo que puede estar encadenado a estas lógicas de producción (Ricaurte, 2019) en el que, si bien podemos afirmar que la producción tecnológica es de alto nivel en los centros de investigación y desarrollo (I&D), no lo es necesariamente en la manufactura o extracción de materia prima para ello.

Veo, por tanto, la necesidad de difuminar las ambigüedades en este tipo de relaciones laborales y de procesos de producción que están acompañadas por ciertos cambios en las subjetividades de la mano con el cambio técnico (Sennett, 1998). Una de las condiciones para cumplir este objetivo es que el pensamiento se sitúe en el contexto de nuestro fenómeno: América Latina. Por otro lado, también está la necesidad de acercarse con un enfoque teórico-metodológico que articule los distintos niveles de realidad que inciden en los sujetos, sean conscientes o no de ello. Además, que esto sea significado a través de una configuración subjetiva y que se exprese en acciones concretas en situaciones concretas.

Una de las rutas puede ser el configuracionismo, pues la noción de *estructura-subjetividad-acción* puede servir como ruta analítica y crítica. Compartimos la definición:

Una configuración es una red entre elementos que no necesariamente forman un sistema, sino que puede reconocer la contradicción, la disfuncionalidad, la oscuridad. En nuestro caso, la configuración sociotécnica es una red conformada por –y entre– tecnología, organización del trabajo, relaciones laborales, perfil

de la mano de obra y las culturas laborales y gerenciales (De la Garza, 2018: 14).

El planteamiento anterior reconoce que ciertos fenómenos son oscurecidos, pero que es posible establecer ciertas dimensiones que pueden operacionalizar el acercamiento empírico hacia el problema de investigación, en este caso el trabajo en la economía digital; y en ciertas situaciones concretas, la configuración sociotécnica. Entonces, en esta articulación, se puede tener presente el trabajo en distintos momentos del circuito de producción-circulación-consumo y comprimirse en un solo acto, idea central del concepto de trabajo no clásico (De la Garza, 2012), y relacionarse con la investigación de trabajos juveniles digitalizados.

Antes de comentar las dimensiones susceptibles a la operacionalización del enfoque de la configuración sociotécnica hacia el trabajo desempeñado en los centros de trabajo tecnologizados, sirve explicar de qué manera la idea de producción simbólica forma parte nodal para la argumentación de la creación de valor en ciertos ámbitos de este tipo de trabajo. Compilación que realiza el trabajo no clásico, entendido no como un enfoque que aborde “trabajos nuevos”, sino como formas que se distinguen de los enfoques clásicos del estudio del trabajo (industria, manufactura), pues abre la posibilidad de investigar el trabajo interactivo (*influencers*, videojugadores, repartidores, vendedores) en los servicios (De la Garza, 2020).

Articulaciones entre trabajo no clásico, nocturnidad y producción de videos en vivo de TikTok

En la discusión sobre las rutas que se han tomado en el estudio del trabajo digital o el que se desempeña en espacios digitalizados, varias perspectivas han fundamentado su abordaje empírico y su interpretación analítica en el problema de la tecnología por sí misma. Desde la plataformización (Snirceck, 2018) o del planteamiento del cibertariado (Rodríguez, 2017), se resalta la necesidad de establecer un marco

interpretativo que también aborde las relaciones sociales que incorporen relaciones del orden estético, cognitivo, moral, emocional, y pueda ser problematizado desde un enfoque de proceso de trabajo.

Así, el enfoque teórico-metodológico del trabajo no clásico (De la Garza, 2012, 2018 y 2020) nos permite abordar un fenómeno ya no tan nuevo, aunque pareciese lo contrario, que es la producción de contenidos en redes sociodigitales que se objetivan en trabajo y, por ende, poseen un valor desde la lectura de la economía política. Problematicando que etariamente la presencia en internet, así como el trabajo en redes sociodigitales, es eminentemente juvenil.³

En consonancia con estos planteamientos, decidí adoptar el enfoque propuesto por la noción de “noctis” y “noctem,” tal como ha sido desarrollado por Becerra (2018, 2023), como una perspectiva analítica pertinente. La fundamentación para esta elección se sustenta en el reconocimiento de que la transición de “noctis” a “noctem” da lugar a la construcción de significados diferenciados, caracterizados por una dimensión lúdica, en la que se vislumbran procesos de exclusión derivados de distintos niveles de acceso a estos consumos y experiencias. No obstante, cabe resaltar que este proceso puede también propiciar la convergencia de diversos grupos sociales, orientados hacia la satisfacción de demandas asociadas a la interacción social y cultural.

Si bien no se encuentra en los alcances de este texto, TikTok y su influencia en el formato de producción de videos cortos y su difusión en distintos ámbitos de interacción entre usuarios en redes sociodigitales, puede conformar un ethos de consumo juvenil específico en el tipo de nocturnidad construida con este tipo de actividades. Cuestión nada insignificante para la investigación social empírica que aborde juventudes y trabajo.

³ De acuerdo con Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2021, el grupo que concentró el mayor porcentaje de personas usuarias de internet fue el de 18 a 24 años, con una participación de 93.4%. Le siguieron los grupos de 12 a 17 y de 25 a 34 años, ambos, con 90.0%. En tercer lugar, se ubicó el grupo de las y los usuarios de 35 a 44 años, quienes registraron 82.7%. Pasando esos grupos etarios, el porcentaje disminuye.

Con lo anterior podemos establecer un vínculo entre el trabajo realizado en los *lives* de TikTok como *noctis*, o por turnos (que desarrollaremos en las líneas siguientes) para la producción de nocturnidad y su vínculo con el enfoque de trabajo no clásico. Si deseamos diferenciar algunas de estas dimensiones de manera analítica, en primer lugar podríamos caracterizar el proceso de construcción del ocio del otro como una necesidad de solventar lo afectivo, lo estético y lo moral.

En segundo lugar, se encuentra la relación de la producción de interacciones con cargas simbólicas que están mediadas por lo nocturno, entendida como la producción de nocturnidad. Para ello recuperamos la siguiente conceptualización de Becerra (2018: 137) que nos permitirá articular el cierre de la problematización de nuestro objeto: es “una construcción socioespacial única e irrepetible [...] que requiere de una demanda lúdica específica asociada al consumo”. En la misma precisión se encuentra que si bien ocurre generalmente en la noche, tiene un carácter de interacciones mediadas por lo urbano y ciertas liminalidades.

Las liminalidades, vistas desde un enfoque de construcción, requieren de la interacción entre sujetos que toman una problemática en la generación de valor cuando se almacena en un video en internet o se está transmitiendo en vivo. Esto es, requiere del intercambio para que el trabajo pueda objetivarse satisfaciendo necesidades que adquieren dimensiones simbólicas que forman parte del aspecto empírico de la mercancía. Nos referimos a que la satisfacción de ver algo lindo, de recibir palabras que afectan el ámbito emocional, que comunican entre otros, puede articular la noción de consumo lúdico que, inspirado en el concepto de nocturnidad, es propio de ciertos circuitos de lo urbano como práctica social.

En tercer lugar, el trabajo desempeñado por los productores no necesariamente tiene que ser verbalizado por ellos para ser considerado como tal, aunque se encuentre inserto en distintas lógicas de creación de contenidos. A ello se suman las estrategias organizacionales de las empresas por la búsqueda de espacios publicitarios para aumentar la venta de productos y servicios mediante un

público constante que provee el internet. Además, esta narrativa colectiva de establecerse como “socios” o autoemplearse frente a TikTok, supone el oscurecimiento de las relaciones laborales e implican un control que no se limita únicamente a la empresa, lo cual veremos más adelante.

En este proceso productivo la presentación del yo se da desde un ambiente de privacidad, tal como menciona Sibila (2018) al considerar que la intimidad puede presentarse como un espectáculo para el otro. Los propios componentes de la individualidad en aspectos cerrados son abiertos para el consumo del otro. Como plantea Rolnik (2007), la creatividad, que merecería una discusión aparte, fundamenta algunos circuitos de producción capitalista basados en lo simbólico a partir de la interacción.

Eso lleva a cuestionarnos qué es lo que motiva a una persona a mostrarse a través de redes sociodigitales u otros medios bajo la conciencia de ser observados. Ahora, dando un enfoque hacia nuestro objeto, también habrá que preguntarse sobre las motivaciones de otra persona que decide observarle y, además, encontrarse en una posición susceptible de realizar donativos. Si bien se sabe que buena parte de los ingresos en redes sociodigitales provienen de la publicidad calculada por el volumen de visualizaciones y que también se construyen a partir de relaciones sociales de consumo, es el papel del donativo la relación más explícita de la búsqueda del ingreso.

Un camino para fundamentar la objetivación de este tipo de consumo proviene de Lindón (2012: 713) quien asevera que habitar al otro puede ser una experiencia sensorial significativa al plantear que “la intercorporalidad se refiere a que podemos habitar parcialmente el sentir del otro”. Si bien resulta problemático verlo en específico desde una noción de cuerpo, coincido con el configuracionismo latinoamericano en cuanto afirma que las relaciones intersubjetivas son mediadas por una estructura que presiona, pero no determina, y se objetivan y actualizan en prácticas concretas (De la Garza, 2018).

Lo hasta aquí señalado apunta a considerar el trabajo de tik-toker, específicamente de quienes realizan transmisiones en vivo, como interactivo con producción lúdica que incorpora dimensiones

estéticas, emocionales, morales, entre otras, conformándolo como un trabajo no clásico. De igual modo, como producción y consumo juvenil supone también la imbricación con circuitos de la misma naturaleza vinculados con lo nocturno, asignados a ciertos tiempos y ritmos de producción (tiktokers) y reproducción (espectadores) propios de lo urbano.

Cuando pensamos desde conceptos clásicos de la sociología del trabajo, resulta indispensable considerar el proceso de trabajo y el control como centrales para analizar algunos de los hallazgos del trabajo de campo; en este caso realizaremos una descripción general y de los pasos para hacer una transmisión en vivo en TikTok. Con ello tendremos, después de un ejercicio de articulación conceptual, elementos para la reflexión en términos de trabajo.

Existe una demanda simbólica por la interacción. No podemos afirmar que se trate de una relación directa cara a cara, sino de una que propone cierta aproximación parcial de los sujetos a través del chat y que busca en ocasiones su reconocimiento a través de los donativos mostrados como regalos. El productor de *lives* intenta atraer más seguidores como posibles donantes e impactar así en el algoritmo para aumentar la probabilidad de aparecer como sugerencia para los espectadores. La mayoría sigue los contenidos que más se consumen en tales espacios.

Las propias características de combinaciones posibles en las transmisiones y en los videos cortos en general son tan grandes que la propia caracterización de cada uno de ellos resultaría fútil para este texto. Sin embargo, como enunciamos en nuestra introducción, nos centramos en dos tipos generales de transmisión en vivo: ASMR e IRL como dos grandes categorías, reconociendo que dejamos de lado muchas otras más, que nos permiten establecer tendencias en el proceso productivo.

Existen cuestiones básicas para hacer un *live*, entre ellas contar con un dispositivo móvil, una cuenta personalizada, conexión a internet y un espacio donde realizarlo. El proceso es más simple que en otras plataformas como Twitch o YouTube ya que éstas implican más dispositivos, como computadora y/o consolas de videojuego;

la simplicidad del proceso supone en sí misma la democratización en la creación de contenidos.

Una vez que se abre una cuenta en TikTok, se puede comenzar de inmediato una transmisión pública en vivo disponible para los usuarios que deseen mirarla. Las condiciones es contar con al menos 16 años y tener cerca de mil seguidores en el perfil. Esto último solo es posible mediante la ardua labor de subir videos grabados, buscando *likes* y suscripciones para cumplir tal requisito.

Para desbloquear la posibilidad de recibir propinas, regalos, abrir un *marketplace* para vender productos referidos a la imagen del creador de contenidos, se requiere un impacto mayor, con mucho trabajo previo, para obtener el contrato de asociado de Creator Next (TikTok, 2022). Los requisitos son tener al menos 100 mil suscriptores, mayoría de edad, tres publicaciones mínimo cada mes y no tener penalizaciones por parte de la aplicación.

A lo anterior se suma la inversión personal en insumos, como micrófonos ambientales especializados para el ASMR; decoraciones interiores, si se desea mostrar el espacio interior; y luces y pantalla verde, si se desea mejorar la calidad de producción. En algunos casos de perfiles muy visibles se llegan a utilizar sistemas de producción complejos similares a la televisión, acondicionados en una habitación donde se construye una estética acorde al contenido mostrado.

Lo anterior significa un trabajo interconstruido en una fase previa de la dedicación exclusiva a TikTok que puede suponer trabajos diurnos distintos a la producción de contenidos en internet que permitan invertir en los insumos necesarios (tecnológicos y también estéticos como luces, pinturas, ambientaciones) para realizar la transmisión.

“Trabajo para trabajar en TikTok y realizar mis lives”

Como se menciona en *Trabajo para jugar y juego para trabajar* (Cerón y Rodríguez, 2020), la creación de contenidos requiere de un

proceso de equipamiento que no proviene necesariamente de las ganancias generadas en la plataforma. Ejemplo de esto son los productores de contenidos que han logrado captar ingresos en otras plataformas y que llegan a TikTok empleando el mismo equipo. El contrato de Creators Next de TikTok se vuelve una meta para miles de usuarios que desean incorporarse a las filas de creadores de contenidos con este tipo de relación laboral.

El punto central es la interacción mediada por una relación usuario-productor. El donativo mediante los regalos en TikTok puede habilitarse desde el principio de cualquier transmisión y es central para objetivar los ingresos vía la monetización que se obtenga de interactuar con los usuarios. De aquí surgen dos dimensiones relevantes en el proceso productivo de los videos en vivo: la dimensión estética (Warhust y Nickson, 2009) y la emocional (Hochschild, 1983).

Lo estético, es decir, cuidar ante el espectador la apariencia de quien transmite y del espacio donde se hace es un elemento importante, aunque no el único, que resalta en primer lugar en este trabajo. Es así como la propia aplicación incorpora opciones de mejoramiento de apariencia a través de filtros, y el diseño resulta en un espacio que incorpora luces, sonidos y elementos visuales de alto impacto subjetivo en los espectadores.

Sumado a lo estético, la interacción en el chat es la principal vía de comunicación entre los espectadores y el productor de contenido, haciendo que la distinción entre lo emocional y estético sea meramente analítica. En ocasiones, la apariencia física, muchas veces enfocada con un tinte de erotización, será la parte central en la interacción; pero en otras, será el contenido el que fijó el interés del espectador.

Cuando se aborda el aspecto emocional, muchos de los productores emplean ciertas estrategias de interacción mediadas, claro, por el tipo de donativos recibidos. El objetivo de los ASMR es la de relajar a las personas que lo miran, así como recibir palabras de apoyo o motivación, elementos que cobran un carácter de nocturnidad, pues, además de concentrarse en el tiempo natural de la noche,

se incorporan intencionalidades en la producción referidas a ellas mediante el uso de *hashtags*, como #asmrparadormir, #asmrrelax, #asmrhaircut, #asmрмаquillaje, #asmrpalabrasdealiento, que buscan la satisfacción de los espectadores posterior a sus jornadas relacionadas con lo diurno.

En términos del proceso de trabajo, al igual que si fuera un intérprete, el creador de contenidos requiere una constante conciencia de ser observado con el imperativo de mantener la compostura durante una transmisión en vivo aun siendo que las situaciones, tales como comentarios negativos, malestares físicos o estado de ánimo no permitan “divertirse”. La disonancia emocional planteada por Hochschild (1983).

Con ello, considero que la intención de transmitir en vivo en TikTok durante horas seguidas, deteniéndose solo para comer, usar el baño, estirarse y responder sus chats responde a la idea de estar presente en un rango muy amplio para alcanzar más donativos aun con el desgaste físico y emocional que esto representa. Es una complejización que va más allá de una noción lineal de trabajo ludificado con disciplinamiento algorítmico (Krepki y Palermo, 2020); se trata de espacios vividos e interconstruidos, como lo urbano, y de consumo para la reproducción, como la nocturnidad, que suponen articulaciones más complejas provenientes de formaciones socio-culturales específicas.

El control y la construcción del ingreso: el donativo y el falso don

El trabajo necesario para objetivar estas interacciones requiere que las personas que realizan los *lives* establezcan jornadas de *noctis* o trabajo por turnos para construir la *nocturnidad* de los espectadores. Es decir, se establecen jornadas delimitadas de duración de las transmisiones, así como la preparación de los instrumentos para la transmisión, la preparación del aspecto físico, la atención a los comentarios en los chats, la atención de los donativos recibidos y las acciones que corresponden desempeñar con ello.

También se suma la atención técnica de que se transmita correctamente, de manipular los instrumentos, como los micrófonos; o si se trata de una actividad IRL, la ejecución de la actividad que se desempeña.

De las múltiples actividades que se desempeñan en las transmisiones en vivo, el listado de deseos de regalos y las interacciones que el espectador puede obtener del productor de contenidos se pueden considerar las más importantes en la estrategia corporativa de negocios de la empresa. Los usuarios hacen recargas de fondos en la aplicación para poder comprar y entregar tales objetos virtuales, los cuales después serán cobrados por el tiktok.

En cuanto a la adquisición de monedas en TikTok, la compra mínima es de 70, con un costo de 16.89 pesos mexicanos de 2022 (aprox 0.84 USD), sin límite para adquirir lo que se desee (17 mil 500 monedas se pueden adquirir con 4 221.89 pesos equivalentes a 210.9 USD). Estas monedas se utilizan para comprar regalos o íconos de regalo que serán entregados a los contenidos de su preferencia. En este proceso, los propios productores durante la interacción con sus espectadores pueden establecer algunos precios expresados por los regalos deseados.

Resulta posible ejemplificar lo anterior a través de los conocidos “*influencers* del sueño”, cuya finalidad es intentar dormir mientras los usuarios, a través del tipo de donativo que realicen, impiden que lo haga. Desde activar una luz donando una rosa, hasta lanzar un globo de agua, si regalan el objeto más caro de la lista de deseos se establece lo que ellos mismos llaman un “sueño interactivo”.

Este caso, y otros, pueden ser asociados directamente con el aspecto de control, éste resulta socialmente construido y no se limita a lo establecido por la empresa, sino que intervienen otros actores; veamos tres de ellos:

Empresa: La primera veta que permite entender el control se halla en la subsunción de los creadores a las políticas de producción de contenido que se encuentran mediados, al igual que otras plataformas sociodigitales de amplio alcance, a evitar mostrar contenido explícito o incitar a prácticas nocivas. No evita que se jueguen con

las ambigüedades de estos designios para incorporarlos en los contenidos de sus videos.

Usuarios: Como se esbozó a lo largo del texto, la satisfacción de necesidades que provienen del ámbito simbólico y el establecimiento de la interacción entre espectadores y productores, hace una constante vigilancia durante la transmisión: el espectador busca saludos, espera las acciones a través de sus donativos, se mantiene atento a los contenidos mostrados frente a cámara, entre otros. Esto supone una injerencia en el ingreso monetario a través de suscripciones, así como un aumento o reducción de donativos.

Noctis: Vista como el espacio concebido y vivido dictado por los ritmos de lo urbano trasladado a lo digital, que requiere de la obligación de los propios productores de contenido de establecer los horarios y jornadas en que sabe obtendrá mayores ingresos.

Discusión y conclusiones

Los argumentos desarrollados a lo largo del documento permiten considerar la transmisión en vivo en TikTok como un trabajo no clásico en el que intervienen diversos actores: espectadores, patrocinadores, moderadores y otros productores de contenido; cuya participación complejiza el problema del control y generación de valor del proceso de trabajo, ya que todos son actores fundamentales en la construcción de la experiencia lúdica social estableciendo el trabajo para producir el ocio del otro en esta relación entre noctis y noctem como forma complementaria de la noche.

Como punto fundamental de este enfoque es que la interacción entre las y los espectadores es indispensable por ser quienes inciden de manera explícita o no en los contenidos y en la manera en que se realizan las transmisiones: son ellos los que determinan qué decir, qué comportamientos tener, y ejercen una vigilancia constante sobre el aspecto físico del productor (si es que se muestra) y del entorno virtual y físico donde se realizan las transmisiones. De verse defraudados, los espectadores pueden sancionar y castigar

mediante la cancelación de suscripciones, negar donativos o disminuir el número de espectadores con un impacto directo y negativo en las relaciones laborales entre el productor y TikTok.

Inspirados en el principio desarrollado por Goffman sobre *la negociación por la propina*, vemos que la interacción entre personas productoras/trabajadoras y espectadores/clientes en el proceso de generación del *live*, requiere del despliegue de cierta ejecución que incorpora códigos subjetivos que hacen posible el donativo, el falso don.

El proceso de valorización se encuentra contenido en la satisfacción de necesidades mediante el donativo como cubierta del pago –posiblemente una valorización basada en la soledad y el confinamiento–. Una analogía de falsos dones y reconocimiento por la buena interacción o satisfactoria con el espectador.

En un consenso atravesado por lo íntimo, que es el espacio privado del productor, se objetivan procesos de control relacionados con lo estético. Es decir, los espacios donde se producen los *lives* generalmente son contruidos como parte de la producción que muestra una “visión de la vida real” del creador de contenido; razón que provee de importancia significativa al cuidado de los elementos mostrados en cámara para construir una narrativa visual e interactiva acorde con el contenido que se desea compartir.

El alcance de este texto fue reflexionar, desde un acercamiento analítico y empírico, en torno al fenómeno laboral sociodigital de la población joven, que podría ser o no tendencia en la construcción social del mercado de trabajo en los tiempos actuales. Se pretendió, además, aportar al debate sobre el futuro del trabajo, en donde lo digital cobra un papel relevante no solo como sujeto de estudio, sino también como enfoque de investigación en el ámbito epistemológico.

De igual manera, se consideró la nocturnidad como una construcción de producción del ocio del otro como aspecto relevante para la objetivación de algunas cadenas de valor enfocadas al entretenimiento y la reproducción de videos, que requieren trabajo vivo y que en ocasiones quedan oscurecidas bajo la forma de

trabajo *cool* (Gill, 2002), negando la posibilidad de que exista la autoexplotación, precariedades desde lo creativo (Curtis y Sanson, 2016), subempleo bajo las narrativas de autoayuda que realizan apologías del emprendedurismo desde la creatividad (Neff, Wissinger y Zukin, 2005), entre otros aspectos que impactan en el mercado de trabajo de la población joven.

Considero que es imprescindible no perder de vista que en la reflexión sobre el fenómeno de los trabajos en ambientes tecnologizados se debe evitar oscurecer el trabajo vivo que está incorporado, y que es importante reconocer que conceptos fundamentales para la sociología del trabajo no se emancipan, o no del todo, de la noción de cultura y de los circuitos de consumo juvenil; que en una parte del mundo del trabajo, lo que impera, o tiene injerencia, es lo digital. Ello implica repasar el ámbito de la racionalidad y los diferentes ángulos de estudio del trabajo que permitan dilucidar la constitución de este fenómeno.

Una consideración que quise expresar durante la investigación, y que quizá a futuro se deba explorar con más detalle, es el vínculo de la cultura y la subjetividad con el trabajo inmerso en lo digital. Al articular las reflexiones en torno al tema, explore algunas pistas que permiten pensar en códigos subjetivos donde lo cultural tiene influencia en la objetivación de la creación de valor en el proceso de producción-circulación-consumo en el capitalismo contemporáneo. Las redes sociodigitales en sus procesos productivos, a mi parecer, pueden resultar como un escenario empírico de investigación bastante fértil para desarrollar algunas interpretaciones en los programas de investigación en trabajo y juventudes.

Uno de los conceptos clave para comprender la producción simbólica es el trabajo no clásico, planteado por De la Garza, bajo la noción de configuración productiva de servicios, además de comprender las dimensiones de control, regulación y proceso de trabajo. Sin duda, una de las herencias del marxismo es el reconocimiento de que las relaciones concretas de producción son parte central para la conformación de modos de producción. En este caso, nos ayuda a reflexionar sobre los componentes fundamentales de los modelos de

producción, donde lo digital conforma el nodo central para la articulación de estas relaciones sociales productivas.

Si bien el planteamiento original de Becerra (2018) distingue entre trabajo nocturno o por turnos (*noctis*) y la transición a noctem en la producción de la nocturnidad como una expresión de una articulación de la subjetividad del trabajo entre los miembros de la triada cliente-trabajador-capital, considero posible que, en esta misma construcción subjetiva de este tipo de trabajo juvenil en articulación con elementos emocionales (Hochschild) y/o estéticos (Warhurst y Nickson), podríamos acercarnos a llamar de igual manera *noctis* a quienes en la noche realizan *lives*, *asmr*, *reels* y *shorts* (modalidades de producción) con la intención de buscar donativos, ingresos por visualizaciones y construir así su salario.

El análisis se relaciona estrechamente con el fenómeno de las esferas simbólicas de las experiencias denominadas *noctis* y *noctem* (Becerra, 2023). Este enfoque considera la interacción de las personas que crean contenido en la plataforma TikTok como un proceso de trabajo que puede ser experimentado de diversas maneras. En un primer plano, quienes participan en la creación de videos, particularmente en formato “live” o “asmr”, son conscientes de estar llevando a cabo una labor específica, pero también puede conducir, en algunos momentos, a una experiencia lúdica en su interacción con la audiencia. Por otro lado, quienes consumen este contenido, buscan la atención del creador a través de donativos o interacciones, y este proceso va más allá de una simple economía del tiempo nocturno. En este contexto, intervienen factores como la juventud, la sociabilidad, el género y las desigualdades de acceso a la conectividad, los cuales se manifiestan en una práctica que podría asociarse con lo urbano. Esto se debe a que la mayoría de las transmisiones en vivo tienen lugar durante el período de descanso de la población, cuando buscan relajarse en su tiempo de ocio. Todos hemos visto, como si de un juego se tratase, los *scores* y las *stars* que sirven para valorar la prestación de servicios en algunas plataformas y que, de acuerdo con lo que Schmidt (2017) llama *algocracy* y *gramification*, en muchas ocasiones también sirven para que

las plataformas evalúen el desempeño de los propios trabajadores. En función de esa evaluación, las plataformas penalizan, gratifican y hacen *rankings* de trabajadores, llegan a excluir a algunos de ciertas ofertas o, incluso, a excluirlos por completo de la posibilidad de trabajar a través de ellas (una especie de despido por exclusión de la plataforma). Razón importante para considerar aspectos de la gamificación en este apartado y tenerlo en cuenta para algunas de las descripciones y reflexiones en torno a la información empírica.

Una pregunta de orden filosófico, que no cabe respuesta en estas páginas (y quizá es un enigma), es sobre la realidad de las emociones. Tal como dijese, en contrapartida de la aseveración anterior, “los pensamientos pueden mentir, los sentimientos no” (como enunciara Oscar Wilde). Lo cierto es que la posibilidad de su gestión y apropiación por el capitalismo contemporáneo es objetivable.

Referencias bibliográficas

- Bachelard, G. (1976). *La formación del espíritu científico*. 5a. ed. México: Siglo XXI.
- Becerra, J. (2018). Nocturnidad y *noctis*: Consideraciones para la etnografía de trabajo de producción de nocturnidad. *Revista Novos Rumos Sociológicos*, 6(9), 135-160.
- (2020). Configuración del servicio de producción de nocturnidad (trabajo en los bares de la Cd. de México). En: E. De la Garza y M. Hernández (eds.). *Configuraciones productivas y circulatorias en los servicios y trabajo no clásico*, 130-152. México: UAM/Plaza y Valdés.
- (2023). Frontera y liminalidades de la noche: Violencias y desigualdades en la nocturnidad (*noctem*) de jóvenes residentes en Tijuana. *Frontera Norte*, 35.

- Cerón, J. (2020). Videojugadores como trabajadores en el marco de las tecnologías de la información y comunicación: una exploración desde el concepto de *general intellect* y el proceso de trabajo. *Revista Latinoamericana de Antropología del Trabajo*, 4(7).
- y De la Garza, E. (2018). Os youtubers como trabalhadores nao classicos. En: M. A. Bridi y J. C. Lima (coords.). *Flexiveis, vituais e precarios? Os Trabalhadores em tecnologias de informacao*, 219-246. Brasil: UFPR.
- y Rodríguez, A. (2020). Trabajo para jugar y juego para trabajar: apropiaciones de la práctica de videojugar como actividad laboral y transformación identitaria. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, 11(20), 121-142. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=588663787007>
- Curtin, M. y Sanson, K. (2016). *Precarious creativity: global media, local labor*. California: University of California Press.
- Data Reportal (2022). Digital 2022: July Global Statshot Report. Disponible en: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-july-global-statshot>
- De la Garza, E. (2012). El trabajo no clásico y la ampliación de los conceptos de la Sociología del Trabajo. *Revista Trabajo*, 8(10).
- (2018). *La metodología configuracionista para la investigación*. México: Gedisa/UAM.
- (2020). Qué es el trabajo no clásico. En: De la Garza, E. y Hernández, M. (Coords.) *Configuraciones Productivas y Circulatorias en los Servicios y Trabajo no Clásico*. México: Gedisa/UAM
- Fumagalli, A., Lucarelli, S., Musolino, E. y Rocchi, G. (2018). *Digital Labour in the Platform Economy: The Case of Facebook. Sustainability*.
- Gill, R. (2002). *Cool, creative and egalitarian?: Exploring gender in project-based new media work in Europe* [online]. London:

- LSE Research Online. Disponible en: <http://eprints.lse.ac.uk/2446>
- Gómez-Cruz, E. y Harindranath, R. (2020). WhatsApp as “technology of life”: Reframing research agendas. *First Monday*, 25(12). Disponible en: <https://doi.org/10.5210/fm.v25i12.10405>
- Hine, C. (2000). *Etnografía virtual*. California: Sage Publications.
- Hochschild, A. R. (1983). *The managed heart: The commercialization of human feeling*. Berkeley: University of California Press.
- Krepki, D. y Palermo, H. (2020). Ludificación del trabajo y disciplina algorítmica. *Estudios del Trabajo*, (59). Disponible en: <https://ojs.aset.org.ar/revista/article/view/72>
- Lindon, A. (2012). Corporalidades, emociones y espacialidades: hacia un renovado betweeness. *Revista Brasileira de Sociologia da Emoção*, 11(33), 698-723.
- Mallamaci, M., Gordon, P., Krepki, D., Mónaco, A., González, M. y D'Alessio, H. (2020). ¿Qué puede un bit? Datos y algoritmos como relación social fundamental de la economía digital. *Sociológica*, 35(101), 215-247.
- Neff, G., Wissinger, E. y Zukin, S. (2005). Entrepreneurial Labor among Cultural Producers: “Cool” Jobs in “Hot” Industries. *Social Semiotics*, 15(3). Routledge Press.
- Reygadas, L. (2018). Dones, falsos dones, bienes comunes y explotación en las redes digitales. Diversidad de la economía virtual. *Revista Desacatos*, 56 (enero-abril), 70-89.
- Ricaurte, P. (2019). Data Epistemologies, The Coloniality of Power, and Resistance. *Television & New Media*, 20(4), 350–365
- Rodríguez, J. M. (2017). Transformaciones tecnológicas, su impacto en el mercado de trabajo y retos para las políticas del mercado de trabajo. En: G. Bensusán, W. Eichhorst y J. M. Rodríguez. *Las transformaciones tecnológicas y sus desafíos para el empleo, las relaciones laborales y la identificación de*

- la demanda de cualificaciones*. Santiago de Chile: CEPAL/Ministerio de Asuntos Exteriores de Noruega.
- Rolnik, S. (2007). A vida na berlinda: Como a mídia aterroriza com o jogo entre subjetividade-lixo e subjetividade-luxo. *Revista Trópico*. San Pablo.
- Schmidt, F. A. (2017). *Digital Labour Markets in the Platform Economy. Mapping the Political Challenges of Crowd Work and Gig Work*. Friedrich Ebert Stiftung [online]. Disponible en: <http://library.fes.de/pdffiles/wiso/13164.pdf>
- Sennett, R. (1998). *La corrosión del carácter*. Barcelona: Anagrama.
- Sibila, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra.
- TikTok (2022). Acerca de Creator Next. Disponible en: <https://support.tiktok.com/es/business-and-creator/tiktok-creator-next/about-tiktok-creator-next>
- Warhurst, C. y Nickson, D. (2009). Who's Got the Look? Emotional, Aesthetic and Sexualized Labour in Interactive Services. *Gender, Work and Organization*, XVI(3).
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism*. Londres: Profile Books Ltd.