



DOCUMENTOS DE TRABAJO DEL CIES

ISSN 2362-2598

N° 19

NOVIEMBRE - 2023

Experiencias digitales. Autoetnografías de estudiantes chinos

Zhao Xi 赵僖 - Liu Rui 刘蕊 - Yang Siyu 杨思琦

Wu Zixuan 吴子璇

Vida Cotidiana, espacio-temporalidad y Sensibilidades Sociales

Centro de Investigaciones y Estudios Sociológicos

 ESTUDIOS SOCIOLÓGICOS
EDITORA

Documentos de Trabajo del CIES

ISSN 2362-2598

N° 19

NOVIEMBRE - 2023

Publicación electrónica Trimestral

Director del CIES:

Adrián Scribano

Edición y coordinación general:

Ignacio Pellón Ferreyra

Editor responsable:

Estudios Sociológicos Editora

Centro de Investigaciones y Estudios Sociológicos

editorial@estudiosociologicos.org – www.estudiosociologicos.org

Comité Editorial

Adrián Scribano

Gabriela Vergara

Ana Cervio

Horacio Machado Aráoz

Claudia Gandía

Pedro Lisdero

Los textos publicados en Documentos de Trabajo del CIES son sometidos al referato de evaluadores internos y externos, a quienes agradecemos su participación.

Diseño de tapa: Romina Baldo

Documentos de Trabajo del CIES

Documentos de Trabajo del CIES es una publicación electrónica del Centro de Investigaciones y Estudios Sociológicos, donde las y los investigadores del ámbito de las Ciencias Sociales tienen la oportunidad de socializar los avances relativos a sus investigaciones como así también las actividades académicas y científicas en las que participan difundiendo su labor.

Es la intención al generar este espacio que, quienes estamos abocados a la tarea de construir conocimiento científico desde el Sur, nos encontremos en él para escribir acerca de las indagaciones realizadas en el marco de las indagaciones individuales y colectivas vinculados a los campos temáticos propios de las áreas que convocan:

Ambiente y Sociedad, Vida Cotidiana, Espacio-temporalidad y Sensibilidades Sociales, Conflicto y Estructura Social e Innovaciones Metodológicas.

Constituye esta otra oportunidad para dejar constancia del interés -compartido por muchas y muchos-, y del convencimiento que una de nuestras tareas es la de difundir las voces de quienes tienen mucho que decir sobre las realidades sociales, ambientales, cotidianas y sobre los modos de abordarlas científicamente.

En este sentido los objetivos de esta publicación recuperan las intenciones del CIES de dialogar e indagar sobre la sociedad desde caminos interdisciplinarios vinculados a la Teoría Social y a formas de indagación concretas.

Particularmente la creación de este espacio se realiza con el propósito de dar a conocer los proyectos y líneas de trabajo a la comunidad científica, académica e interesados en las temáticas en estudio que se desarrollan en dicho Centro.

Centro de Investigaciones y Estudios Sociológicos

Las múltiples y complejas transformaciones que se están evidenciando en el inicio de la segunda década del siglo XXI en Latinoamérica, el Sur global y el mundo se presentan a todos los científicos sociales como una fuente de desafíos y preguntas. Por ello, el Centro de Investigaciones y Estudios Sociológicos (Asociación Civil – Leg. 1842624) es un espacio que se propone compartir, dialogar e indagar la sociedad -más allá de la adjetivación desde la sociología- desde caminos interdisciplinarios que giran alrededor de la Teoría Social y las prácticas de indagación concretas.

Presentación

Zhang Jingting Felisa

Profesora asociada del Departamento de Estudios Europeos y Latinoamericanos. Universidad de Estudios Internacionales de Shanghai. Email: felisazhang007@gmail.com

El presente documento se basa en el seminario sobre Métodos Sociológicos e Investigación en América Latina para estudiantes de la Universidad de Estudios Internacionales de Shanghai, impartido por Dr. Adrian Scribano y Dra. Angelica De Sena. Durante los meses de mayo y junio de 2023, los dos profesores visitaron el Departamento de Estudios Europeos y Latinoamericanos de la Universidad de Estudios Internacionales de Shanghai (SISU), gracias a la invitación de la Decana Yu Man.

El seminario estuvo dividido en dos partes, en la primera se trataron temas relacionados con las teorías sobre autoetnografías y emociones. Y en la segunda, los que tienen que ver con las propias prácticas de los estudiantes chinos viviendo en el mundo digital. Ellos son del posgrado de la carrera de Filología Hispánica de SISU. Los estudiantes observan la relación y la composición de la vida cotidiana entre ellos y las plataformas online, especialmente la gran variedad de apps, a través de la autoetnografía. A través de las narraciones de los estudiantes chinos, podemos ver que hay apps que la gente usa casi todos los días, como Wechat, Douyin (TikTok de China), pero también apps que se usan con mucha frecuencia en diferentes contextos, como Taobao, Jingdong, Pinduoduo como apps de compras, red book como apps de ocio, y bilibili como apps de vídeo. En la autoetnografía, ellos presentan las conexiones emocionales entre la vida cotidiana y las diferentes aplicaciones en la era de las plataformas, y relatamos, recordamos y reflexionamos sobre nuestras experiencias digitales.

Cuando hablamos de experiencia digital, debemos introducir el concepto de "nuevos medios de comunicación", ampliamente utilizado en los años setenta y ochenta en los círculos académicos y periodísticos occidentales. Según la UNESCO, los nuevos medios son los medios en línea, señalando que los nuevos medios son un medio de difusión de información basado en la tecnología digital y que utiliza Internet como soporte, y Sanina (2014) cree que los nuevos medios se refieren a la comunidad de Internet creada en la era de la Web2.0, que hace que la forma de interacción y comunicación pública sea más innovadora y conveniente al conectar diferentes formas de comunicaciones electrónicas y móviles. Los nuevos medios son también un concepto amplio que se refiere a una forma de comunicación que utiliza tecnologías digitales y de red para proporcionar a los usuarios servicios de información y entretenimiento a través de canales como Internet, redes de área local de banda ancha, redes de comunicación inalámbricas, satélites y terminales como ordenadores, teléfonos móviles y televisores digitales. Según las narraciones de los estudiantes sobre la autoetnografía, se puede ver las características de Los nuevos medios como una velocidad de comunicación rápida, contenidos de comunicación multiforme, modo de

comunicación bidireccional, aceptación cómoda, etc. Por ello, en los últimos años, bajo el impulso del creciente índice de penetración de los teléfonos inteligentes, el desarrollo de los nuevos medios de comunicación ha sido muy rápido. "APP" es la abreviatura de "APPLication", que significa "Aplicación" y más explícitamente, son las aplicaciones de terceros en dispositivos móviles (incluyendo tabletas, teléfonos móviles y otros dispositivos móviles). En la actualidad, las fuentes de descargas de APP más utilizadas son APP Store de Apple, Google Play Store de Google, los centros comerciales de Android, BlackBerry APP World para usuarios de BlackBerry y Marketplace de Microsoft.

Con el rápido desarrollo de las redes sociales y la rápida popularización de los teléfonos inteligentes, a través de las narraciones y las reflexiones de los estudiantes chinos, podemos ver que su vida cotidiana se ha ampliado en términos de dominios y funciones a través de las aplicaciones, que se pueden utilizar para el entretenimiento, la socialización, las ventas, la lectura, el pago y así sucesivamente, además de la transferencia de información. Aquí nos gustaría presentar brevemente los antecedentes de la era de la información en China, especialmente el desarrollo de los automedios, que se introdujeron en China en 2005, y la primera plataforma de automedios introducida en China fue el Blog. En 2009, la compañía Sina lanzó el microblogging (Weibo). Weibo es una plataforma de redes sociales que difunde mensajes cortos a través de un mecanismo de seguimiento. Aprovechando los potentes atributos mediáticos de Weibo, Sina consiguió que Weibo se convirtiera en la primera aplicación de Internet utilizada en China en aquel momento. En 2011, Tencent lanzó WeChat, un programa gratuito de mensajería instantánea. WeChat se extendió rápidamente en China gracias a su compatibilidad con distintos operadores, sistemas operativos, rapidez y gratuidad, etc. En 2012, WeChat lanzó su plataforma pública, a la que siguieron un gran número de organizaciones y particulares. Los estudiantes chinos afirman haber estado expuestos a programas sociales como QQ en la escuela secundaria o incluso en la primaria y haber empezado a entrar en el espacio virtual, no solo conversando con sus compañeros cara a cara en clase, sino también socializando con ellos virtualmente después de clase, por ejemplo jugando juntos.

En la parte del marco teórico, el presente documento usa principalmente las teorías vinculadas con el cuerpo y emociones (Scribano et al., 2022; Cheng,2017). Los estudiantes prestan atención a las políticas de los cuerpos y de las emociones, que son elementos que contribuyen a la producción y reproducción del orden social y la regulación de sensibilidades sociales. Estos estudiantes de SISU antes no tenían los conocimientos básicos sobre las teorías sociales. Gracias al seminario y la orientación de Scribano y De Sena, ellos pueden armar tanto el marco teórico, como sus prácticas de autoetnografía, tales como comentaba Catalina en su trabajo:

En realidad, al principio, la sociología es una disciplina muy desconocida para mí, porque durante estos cinco años como estudiante de la filología española, solo me he enfocado en la literatura, traducción y filología. Y cuando me enteré de la tarea de este trabajo por la primera vez, estaba totalmente confundida, no sabiendo cómo empezar. Pero afortunadamente, los profesores Adrián y Angélica nos ayudaron a descomponer la tarea en diferentes partes y también presentaron cómo escribir para cada parte. Antes de escribir, también he tenido la oportunidad de leer más publicaciones sobre este tema. Y poco a poco, siento mejor en esta tarea y también me interesa más esta disciplina. Pero durante el proceso, también he notado muchos de mis fallos en comparación con otros compañeros, incluyendo el pensamiento lógico, el nivel de español, etc. Este sentimiento, en realidad, me da mucho estrés pero también mucha energía para mejorarme.

En los trabajos de estudiantes chinos, hay unos puntos que nos da especial interés y se puede profundizar.

Primero, se puede observar que la sociedad china se encuentra ahora en la era de “We Media”, un entorno que ha subvertido por completo el anterior modo de producción y difusión de información, en el que ya no se aprecian los límites tradicionales entre difusores y receptores, y toda la población entra en una era de producción y difusión egocéntrica, autónoma y libre de todo tipo de contenidos. En esta época, las personas pueden prestar una atención precisa a los objetos y contenidos que les interesan, divulgar independiente y públicamente cualquier información e interactuar oportunamente con cualquier parte; las fronteras entre medios de comunicación de masas y medios privados son cada vez más difusas, y la relación comunicativa está en constante movimiento y cambio. La "tendencia a la humanización" de los medios de comunicación es cada vez más pronunciada, y la tecnología se centra en imitar e incluso replicar los modos de percepción y cognición del cuerpo humano. Como en el caso de Hello Talk, narrado por Vera en su autoetnografía:

La plataforma de idiomas "Hello Talk" se utiliza para conocer gente de todo el mundo que quiere aprender y practicar diferentes idiomas. Jesús fue la primera persona que conocí en Hello Talk, y todavía pienso en él con gratitud y placer. Es argentino y está muy interesado en la cultura china. Nos comunicamos regularmente a través de SMS y videollamadas. Unas semanas después, mi profesor de español se sorprendió de mi acento argentino. Han pasado muchos años, esta amistad continúa, y todavía estamos esperando el día en que nos encontremos, que es el momento de extender la amistad en línea a la realidad.

Aunque Hi Talk es un software de aprendizaje de idiomas, se puede ver su función social, Vera interactúa con su amigo en Argentina a través de esta plataforma, y también se puede ver la globalización de sus atributos sociales en la era de los automedios.

Segundo, La interacción interpersonal en las experiencias digitales es virtual, libre e incierta, rompiendo la interacción egocéntrica característica del comportamiento social real para formar una interacción descentralizada, donde los que están abajo y al margen de la red tienen las mismas oportunidades que los que están en otras posiciones. La interactividad también se refleja en todo el proceso de formación de la información, que no depende de la emisión de una parte, sino que se forma en el proceso de comunicación multipartita. Además, las interacciones son anónimas, entre desconocidos y no cara a cara, lo que permite más flexibilidad y libertad en la expresión de opiniones y emociones. Como el caso de Weibo, que menciona Jorge:

Pero el caso es un poco interesante o particular para Weibo porque no es solamente una plataforma para compartir mi pensamiento, para compartir mi vida, sino también es para que la gente comente lo que está pasando bueno en China pero también en todo el mundo. Así que tiene una función muy importante de yo diría debate político en este sentido.

A veces uno encuentra opiniones encontradas, encuentra discusiones bien feroces el sentido de que incluso puede llegar a ser insultos, ¿no? En este sentido para mí Weibo es una un espacio de socialización de política donde uno, sobre todo, es muy importante, yo diría para los adolescentes, en que forma sus valores, su modo de ver el mundo. Así lo fue mi caso, o sea, yo empecé a utilizarlo desde la secundaria y que esta etapa fue muy importante la visión de mundo que recibí en este espacio. Así que los sentimientos que tengo cuando estoy en esta plataforma pueden ser bien encontrados.

Se puede ver a Jorge utilizando Weibo como espacio para comentarios políticos e informativos, y este anonimato, virtualidad y naturaleza de tiempo real le da una sensación de seguridad y disfrute. weibo es un espacio para que los chinos, especialmente los jóvenes, interactúen políticamente y comenten acontecimientos en tiempo real, no sólo en China, sino también en muchos casos a nivel internacional, con el fin de estar políticamente comprometidos.

Del mismo modo, la espontaneidad y la naturaleza participativa de la e-experiencia digital pueden apreciarse en las autoetnografías de los estudiantes chinos. En la era de Internet móvil, Internet ha roto la brecha temporal entre emisor y receptor, permitiendo la transmisión y recepción simultáneas. Es más, los medios sociales no sólo dan a la gente el derecho a estar "informada", sino también a interactuar entre sí, dar su opinión, procesar el contenido, añadir comentarios y seguir difundiendo sobre esta base. Como mencionaron muchos estudiantes, la función de WeChat y otras herramientas sociales como el círculo de amigos permite que cada uno sea el dueño de la narración, la difusión espontánea, la interacción y la participación.

Por último, hay que notar las emociones y cuerpo de los estudiantes en su experiencia digital. Todos los estudiantes mencionaron WeChat, que se ha convertido en una herramienta indispensable en

la vida, el estudio y el trabajo de todo chino. Pero, sorprendentemente, cuando ellos mencionaban WeChat, las emociones solían ser negativas, como nerviosismo, ansiedad y miedo a recibir mensajes de dirigentes y profesores. Por ejemplo, Catalina comentaba:

Muchas veces, cuando veo nuevos mensajes en esa aplicación, me pongo muy nerviosa. Como he dicho antes, el WeChat no solo es para la comunicación entre amigos, o sea, para la comunicación agradable, sino también para la comunicación del trabajo, de las tareas. Por eso, por ejemplo, cuando mi jefe de trabajo o mi profesor me envía una tarea por la noche o en los domingos, ¿qué puedo hacer? Es que no puedo hacer nada sino responderlo inmediatamente diciendo que vale, voy a cumplirlo lo antes posible. Estas palabras revelan muy claramente la relación entre las emociones y los intereses.

En cuanto a otros programas de compras, ocio y entretenimiento, hay emociones y comentarios positivos y negativos. Los negativos incluían principalmente la percepción de matar el tiempo, gastar dinero indiscriminadamente y comprar cosas que no son necesarias, mientras que los sentimientos positivos eran principalmente atributos de ocio, entretenimiento y relajación. Como Sara comentó su propia experiencia de comprar por Internet:

Creo que, en comparación con mi generación, soy relativamente más joven como usuario de Taobao ya que en un principio, guardaba mucha sospecha para hacer compras online. Pero ahora, en cierto sentido ya he sido esclavizada por Taobao, ya que a veces en realidad no me hace falta comprar nada nuevo, pero tiendo a abrir la aplicación para echar un vistazo, que normalmente termina siendo un vistazote. Además, con la aparición de todo tipo de festivales de compras, como el Doble Once, el 18 de junio, el Doble Doce etc., el caso se vuelve mucho más complicado. En fin, entre los capitalistas y los ingenieros informáticos, la trampa dispuesta resulta cada vez más atractiva. Cuando viajo por entre las diversas publicidades de diferentes productos deslizándose desapercibida sin parar la pantalla, mi tontita cabeza se siente satisfecha y alegre con el estímulo de dopaminas. Sin embargo, cuando por fin me percató del transcurso irrevocable del tiempo, quedo azotada por los resentimientos de haber malgastado tiempo. Sobre todo, durante esos festivales de compras, es muy difícil saber si compro por necesidad o compro por comprar, o simplemente por sentirme perteneciente a la comunidad.

Como conclusión, para comprender la experiencia digital de los jóvenes chinos, así como sus emociones y sentimientos, los invito muy sinceramente a leer este Documento de Trabajo del CIES, que es rico en contenido, lleno de emociones y con una sólida base teórica. Al final, me gustaría volver a dar las gracias a Dr. Adrián Scribano y Dra. Angelica De Sena por su orientación a los estudiantes en SISU y por sus grandes esfuerzos en la realización del presente; junto con ello el agradecimiento a la Decana Yu Man por hacerlo posible.

Antecedentes

En el mundo académico chino la aplicación de la autoetnografía no es nueva. De hecho, en diversos estudios confluye la autoetnografía con enfoques muy variados e importantes.

Uno de los enfoques más relevantes puede ser el feminista. Nie (2022) trata de averiguar cómo la percepción del tiempo en una sociedad industrializada afecta a una mujer en su carrera profesional que confluye con su lactancia, mediante los sentimientos que se presentan durante este lapso, de manera que se evidencia la relación productiva entre las mujeres y los hombres. Por ende, la mirada teórica feminista desde la autoetnografía cuenta como base empírica la experiencia propia como trabajadora en términos de su desarrollo profesional y de madre. A juicio de la autora, la autoetnografía es una estrategia metodológica a la que se recurre frecuentemente para profundizar el conocimiento respecto al peso de la propia experiencia en la investigación social. Es, justamente, en este punto donde dicha estrategia entra en el interés del estudio, destinado a develar la desigualdad o el déficit de género que existe en el ámbito laboral, en lo cual subyace, sin duda, la cultura machista. Basada en este relato, la investigación finaliza afirmando que el tiempo industrial se impone sobre el tiempo natural. Es decir, la lactancia y la maternidad se ven sobrepasadas o dominadas por las necesidades laborales, lo cual implica que las mujeres se encuentran en una situación de desventaja, avasallada por la carga laboral y la responsabilidad familiar.

Respecto a la integración de la autoetnografía en estudios acerca del feminismo también hay estudios enfocados en el contexto familiar. Yang y Guo (2020) utilizan la autoetnografía, con la finalidad de reflexionar sobre el patriarcado y su injerencia intergeneracional, narrando las historias entre las tres generaciones de su familia y el deporte. Para darse cuenta de cómo y por qué los padres ejercen influencia en la participación de sus hijos en el deporte. En su opinión (2020: 80), "la autoetnografía consiste en un relato autobiográfico de la propia experiencia del investigado, que relaciona al individuo con la cultura y así estudia a uno mismo en un contexto sociocultural." Entonces, basada en la teoría de Gilligan y la teoría de poder de Foucault, y considerando la teoría de los campos de Bourdieu como su referencia, las autoras analizan las realidades ocurridas en diferentes círculos sociales, como sus familiares, sus compañeros, etc. Mediante su narración y análisis detallados, por un lado, se muestra que los padres influyen en el afecto de sus hijos hacia el deporte de acuerdo con sus diferentes experiencias y conocimientos acerca de ello, así como distintas maneras de interacción con el mundo exterior, en este caso, con los programas deportivos. De perspectiva más profunda, se revela el poder de los padres en el sistema familiar. Por otro lado, las experiencias de la autora como hinchada femenina dejan ver su lucha y resistencia contra el patriarcado, el poder masculino y la injusticia social. Sin embargo, el eje de investigación también se expande, en dicho artículo, al mundo digital y su relación con los seres humanos, ya que las autoras, al final, sugieren que, en la actualidad, Internet viene gradualmente convirtiéndose en

una manera imprescindible para explorar el mundo deportivo, y hacen hincapié en la necesidad del aprendizaje para controlar esta herramienta en vez de ser manipulados, así para conseguir el significado real del deporte.

A partir de lo anteriormente enumerado, la autoetnografía también se aplica en estudios sobre la educación. Wang (2020: 28) arguye que "la autoetnografía, siendo un paradigma emergente para estudios etnográficos, consiste en una manera de narración autobiográfica que permite combinar el individuo con la cultura." A partir de esto y del hecho de que la aparición de los estudiantes universitarios rurales chinos de primera generación haya conseguido ciertamente romper el "círculo vicioso" que predice la teoría de la reproducción cultural planteada por Bourdieu y Passeron (2002). Wang realiza un vistazo retrospectivo y panorámico de su propia experiencia de aprendizaje en las dos décadas pasadas. Mediante el estudio, el autor logra corroborar la hipótesis de que existe una relación estrecha entre los valores tradicionales de la sociedad rural –la veneración y admiración por lo intelectual– y la aparición de los estudiantes universitarios de primera generación. Al final del estudio, el autor vuelve a recalcar la relevancia de la aplicación de la autoetnografía en los estudios sociológicos teniendo en cuenta la precisión de adentrarse en el interior y enfocarse en lo individual.

En lo que se refiere a la utilización de la autoetnografía para estudiar las emociones tampoco faltan antecedentes en el mundo académico chino. En este campo abundan trabajos enfocados en sociología de profesiones desde un marco teórico desde las emociones. Wu y Hu (2023) aplican la autoetnografía analítica auxiliada por la entrevista interactiva para estudiar qué emociones pueden experimentar los profesores jóvenes chinos al intentar publicar artículos a nivel internacional y las posibles influencias de aquellas emociones. Los autores han entrevistado a dos profesores jóvenes provenientes de dos universidades diferentes. Llegan a la conclusión de que, durante el proceso de publicación de un artículo, el profesor cronológicamente puede vivir una serie de emociones: el miedo a ser rechazado, la falta de autoconfianza, la ansiedad por larga espera, el desconcierto y las quejas ante la modificación y finalmente, la autorealización y la recuperación de confianza. Sobre esa base y considerando las influencias ejercidas por dichas emociones tanto en la publicación del artículo como en el futuro desarrollo de los académicos, los autores proponen varias sugerencias que pueden ser de utilidad en la superación de dichos obstáculos emocionales y en el mejoramiento del desarrollo profesional como docente investigador.

En esta misma línea, Huan (2023) descubre que, el burnout, que trata de un estado de agotamiento emocional, es un fenómeno muy común entre los consejeros universitarios. Según Huan (2023: 33), "la autoetnografía, utilizando principalmente la metodología de autonarración, realiza una investigación descrita en primera persona, que se centra en la propia experiencia del investigador y presta atención a

sus emociones y pensamientos." Por lo que la autora se aprovecha de esta estrategia, relatando su propia experiencia y sus emociones, para develar la construcción de la identidad a lo largo de su trabajo, y luego explorar las razones profundas de este síndrome. A través de su análisis, Huan llega a la conclusión de que, durante más de 10 años como consejera universitaria, ha experimentado diferentes emociones en diversas etapas: desde la aspiración, o sea, el anhelo a ese trabajo, hasta estar confundida y perdida por diferentes percepciones que "yo" y otras personas tenemos sobre este trabajo, y al final, hasta el deseo de escapar. Según su opinión, las razones se pueden dividir de esta manera: a nivel macro, consiste en la doble identidad, que tiene en apariencia, el consejero universitario quien pertenece al mismo tiempo al equipo docente y al administrativo, mientras en realidad no puede reproducir la ruta de desarrollo profesional de ninguno de los dos; a nivel meso, se trata de los conflictos del tiempo y de las emociones. En concreto, no existe una línea divisoria definida entre el tiempo de trabajo y el de vida y, además, siendo una carrera que demanda un esfuerzo emocional, sufre grandes contrastes entre su emoción personal y la requerida por el trabajo; al final, a nivel micro, la autora carece de subjetividad en la construcción de la identidad, sin capacidad de controlar su desarrollo profesional. Partiendo de todo esto, la autora propone algunas sugerencias para reconstruir su propia identidad y escapar del síndrome.

Por otro lado, siguiendo la dirección de averiguar los efectos que tendrán los medios digitales en las emociones humanas, la autoetnografía también conversa con otras estrategias. Por ejemplo, el análisis de texto. La combinación de ambas se refleja en el trabajo de Gao (2019) que relata la experiencia de los televidentes de ver los partidos de vóley de China durante los Juegos Olímpicos de Rio de Janeiro, a través de la cual intentan conocer la relación entre la experiencia personal y lo que uno siente como televidente y, a su vez, averiguar cómo las redes sociales inciden en los sentimientos de los que ven los partidos y su manera de interactuar o de participar en este evento. Por eso, se incorporan los comentarios del mundo de medios de comunicación en calidad de objetos de análisis de texto. La autoetnografía, al entender de la autora, es "una metodología de investigación y presentación que conversa con la antropología cultural y los estudios literarios, que se centra en una narración personal autobiográfica, describiendo las propias experiencias y reflexionando sobre las propias vivencias culturales." (Gao, 2019: 3) Por lo tanto, el análisis de texto le sirve a la autora como método secundario para observar la experiencia ajena, así como el impacto mediático hacia ella, en el sentido de que los propios medios de difusión no solo ensanchan el alcance del público, sino que también cambian el patrón de interacción entre este sector a partir de nuevos mecanismos de comunicación. Al final, la autora llega a conclusiones de que los aficionados son los que viven sentimientos de mayor intensidad como un péndulo de euforia a decepción, o viceversa, y quedan más expuestos a la influencia de redes sociales; al contrario, los que sí juegan este deporte pueden ponerse en el lugar de los deportistas que estaban en la cancha. Otro

denominador común es que los televidentes quedan más enganchados a las redes sociales durante el evento. Por otro lado, la participación en el evento mediante opiniones que emiten en las plataformas digitales también los hace sentir más empoderados.

Una vez evidenciada la influencia del mundo digital en las emociones, nos parece pertinente plasmarla también en la autoetnografía, haciendo eco de la evolución metodológica. Es por aquí donde la autoetnografía digital entra en nuestro interés. "La etnografía digital es la aplicación en línea de la etnografía tradicional" (Chen, 2023: 68), en comparación con la atención etnográfica tradicional a la comunidad real, la etnografía online se centró más en la comunidad virtual y su cultura e interacción (Ibid.). Del mismo modo, Kuznett la define como un enfoque cualitativo e interpretativo de la investigación en Internet que adapta las técnicas de investigación etnográfica antropológica cara a cara para el estudio de la cibercultura y las comunidades en línea creadas a través de la difusión de medios informáticos (Kozinets, 2010). La etnografía en red es una rama de los métodos etnográficos contemporáneos que se centra en el estudio de las personas en el mundo digital. Además, la etnografía digital explora la forma de la tecnología digital para las personas que están cada vez más en el mundo digital, "e ilustra cómo las dimensiones numéricas, metodológicas, prácticas y teóricas de la investigación etnográfica están cada vez más entrelazadas." (Pink et al., 2016: 20)

La etnografía digital ha cambiado prácticamente en comparación con la tradicional. Al aplicar el enfoque de la etnografía digital, nos comprometemos con los participantes a través de los medios de comunicación: "Podemos observar el comportamiento de las personas haciendo un seguimiento digital de su comportamiento, o invitándolas a participar en sus prácticas de redes sociales... la escritura etnográfica puede ser reemplazada por video, fotografía o blogs." (Pink et al., 2016: 21) El sociólogo Dhiraj Murthy describe la etnografía digital como "un método de recolección de datos mediado por computadora" (2011:159), afirmando que esto "incluye notas en vivo para medios digitales, observaciones de participantes en línea, blogs/ wikis aportados por los encuestados, grupos de discusión en línea" (Ibid).

En comparación con la tradicional, la etnografía digital tiene la ventaja de la superar el límite temporal (Chen, 2023); además, lo que no se puede observar en la sociedad real puede dejar rastro en Internet; por otra parte, la digital proporciona a los investigadores un enfoque latente de los temas sensibles (Isupova, 2011); finalmente, se cree que la etnografía en red constituye un enfoque más rápido y económico (Kozinets, 1998).

De acuerdo con Pink et al. (2016), hay cinco principios clave que destacan a la etnografía digital: multiplicidad (existen varias formas de involucrarse con el mundo digital), no digitalismo (en la etnografía online, se descentraliza lo digital), apertura (la etnografía en red es un evento abierto), reflexividad (se implica práctica reflexiva y heterodoxia (se necesita centrarse en formas alternativas de comunicación). Sin

embargo, si bien las plataformas digitales han sido la vía principal por donde socializamos, las relaciones interpersonales y sociales no se pueden digitalizar de modo cabal. "Por ello, tenemos que ir más allá del Internet para entender cómo funcionan." (Pink et al., 2016: 28)

Hoy en día, la etnografía digital ha sido utilizada en los trabajos provenientes de China. Las comunidades digitales, representadas por WeChat, Weibo, Tiktok etc., se han convertido en campo de investigación. Por ejemplo, Zhou (2020) examina los deal-hunters en grupos de WeChat y grupos de Douban, mientras que los trabajos de Zhang y Liu (2021), Li y Wu (2023) respecto a los small-town swots y a la autoayuda de los estudiantes provenientes de universidades de segunda categoría, respectivamente, también se derivan respectivamente del análisis del grupos de Douban. En conclusión, la autoetnografía se entiende como estrategia de investigación que, a partir de la narración personal, permite indagar las emociones que se presentan durante ciertas experiencias, profundizando el eje hasta el plano cultural para comprender mejor las mismas. A esto le suma la digitalización de la autoetnografía, ha demostrado su potencia en conocer las emociones vividas en un contexto online, sin desprenderse del marco cultural en el que uno se halla. A partir de todo esto, decidimos aplicar la autoetnografía en el presente trabajo para estudiar y analizar las emociones que experimentan cuatro estudiantes chinos de español en el mundo digital, sobre todo, al utilizar las aplicaciones de redes sociales.

Marco teórico

Históricamente la relación entre el cuerpo y las emociones siempre cobra mucha atención debido a las enormes conexiones de dichos conceptos con la construcción del conocimiento y de la sociedad. "La emoción es la práctica que cambia el mundo" (Scribano et al., 2022: 5), que se basa en el sentimiento y produce conocimiento del cuerpo humano y la conciencia (Scribano et al., 2022). "La emoción lleva consigo un rasgo psicológico y espiritual. Si se ve desde la expresión externa de la emoción, es una acción social (Guo, 2007: 29)." Condé cree que la emoción es una parte importante de la naturaleza humana y un impulso directo para el comportamiento humano. Por otro lado, Durkheim (2017:112) señala que la división social del trabajo, que recurre al orden social, se basa en la emoción colectiva de la humanidad. Haciendo un resumen, se percibe la importante influencia de la emoción en la práctica social. En este sentido, tres palabras claves cobran relevancia: dualismo, interés y castigo. Con el dualismo se refiere a la separación entre materia e idea, establecida por Descartes, lo que posibilita la distinción entre productor y consumidor. Basándose en la idea cartesiana, Montesquieu analiza las relaciones sociales desde el enfoque de interés. Según el filósofo, el comercio puede dulcificar las relaciones. Dicho de otra manera, con la incorporación del interés, el hombre será capaz de administrar las pasiones. Como respuesta a

Montesquieu, Bentham propone el autocontrol como mecanismo de equilibrio basándose en una lógica de premios y castigos. En concreto, considerando los posibles castigos externos, el hombre tiende a reprimir sus pasiones y controlar su conducta para encajarse en lo supuestamente regular (Scribano, 2010).

Desde la sociología de la emoción, se realiza una práctica cognitiva con sentimientos, que incluye en concreto: “a) sugerir un cambio en el movimiento, la actividad y el tiempo/espacio; b) como una situación interactiva de reconocimiento de mapas; c) permitir el manejo del impacto de estas interacciones (Scribano et al., 2022: 5).” En relación con las conexiones entre cuerpo y emociones, se destaca la idea de La Mettrie: el disfrute juega un papel importante en la orientación de la vida. “Se sostiene en la necesidad de aceptar el disfrute como proceso básico para la felicidad y al cuerpo como su eje configurativo (Scribano, 2010: 24).” Darwin, en su marco, apunta que la expresión sirve como un puente que conecta el mundo interno con el externo, y que las emociones de un individuo pueden revelar lo ocurrido y experimentado en el ambiente exterior. Siguiendo la misma línea, Scribano también apunta que “la emoción se configura y remodela a través de la superposición accidental y estructural de diversas formas de conexión/desconexión entre las diversas formas de producir y reproducir la política física y emocional (Scribano et al., 2022: 5).”

Tanto las políticas de los cuerpos y de las emociones son elementos que contribuyen a la producción y reproducción del orden social y la regulación de sensibilidades sociales. Estas últimas son, en este sentido, componentes que surgen de mecanismos de regulación social de sentimientos. Las estructuras sociales son interrelaciones entre sociabilidad y experiencia, y actualizan constantemente los esquemas emocionales surgidos desde normas aceptadas y aceptables de sentimientos, por lo cual llama la atención su función de regular las prácticas sociales y, de esta manera, (re)producir el orden social. En este sentido, las sensibilidades sociales adquieren un valor cultural dado su estrecho vínculo con el contexto social en que interactúan las políticas de emociones y de cuerpo.

En este marco, el análisis crítico de la sociología de las emociones es particularmente importante dado que nos ayuda a repositionar el significado de los eventos y analizar la sociedad desde otra perspectiva. Para esto, recurrimos a la ecología emocional, la cual puede entenderse como un conjunto de prácticas sociales cognitivo-emocionales que tienden a producir, gestionar y reproducir acciones, personalidades y horizontes cognitivos. Estos horizontes incluyen: “1) la organización de la vida diaria (día a día, vigilia/sueño, dieta/abstinencia, etc.); 2) información sobre preferencias y valores clasificados (adecuados/inadecuados, aceptables/inaceptables, asequibles/inasequibles); 3) parámetros de gestión del tiempo/espacio (desplazamiento/posición, muro/puente) (Scribano et al., 2022: 6).”

Según Scribano et al. (2022), en general, la ecología emocional está caracterizada por tres factores: primero, en cada política de sensibilidades, una serie de emociones están constituidas y conectadas por aspectos de familia y proximidades de prácticas, así como determinada amplitud emocional.

En segundo lugar, cada grupo de emociones constituye un sistema referente en un contexto geopolítico y geocultural particular donde se les asigna valores específicos. En las zonas donde sufren guerras de manera constante, por ejemplo, la ecología suele estar dominada por el miedo.

Finalmente, la sociología de las emociones es la atribución colectiva de procesos, personas y eventos. En otras palabras, “las emociones son generadas por experiencias colectivas de aprendizaje social (Scribano et al., 2022: 7).” Lo que las personas sienten, cómo se sienten y cómo expresan sus sentimientos están determinados en cierta medida por la cultura social colectiva. Según Scribano (2022: 7), la ecología emocional existe en la vida cotidiana de diferentes sociedades, “donde las cosas y el discurso están grabados en una u otra ecología emocional; desde insultos a alabanzas, desde fotos a videos TikTok, desde consignas políticas a cuestionamientos religiosos.”

Basándose en los estudios tradicionales y con el fin de combinar las experiencias emocionales de cada individuo con la estructura de la sociedad, el sociólogo chino Cheng Boqing (2017) propone tres mecanismos de la emoción que corresponden a tres campos clave de la vida ciudadana. Primero, el mecanismo de acabado para el trabajo, según el cual, “el individuo tiene que administrar y ajustar sus emociones para satisfacer a los requisitos profesionales (Cheng, 2017: 91)”. Segundo, el mecanismo de experiencia en el ámbito del consumo, exigiendo que el individuo procure todo tipo de alegría mediante experiencias novedosas. Dicho mecanismo se manifiesta principalmente en el consumo cuya base es el hedonismo que se encuentra en una transformación de lo tradicional a lo moderno. Uno de los cambios más drásticos y significativos que está sufriendo el hedonismo consiste en que, la clave se traslada de las sensaciones a las emociones. En comparación, las primeras son más fáciles de saturarse mientras las segundas siempre pueden reforzarse. El mecanismo de experiencia también se caracteriza por la industrialización, dividida en dos modelos: el de aliviar el estrés y la presión, y el de producir sentimientos artificiales. (Ibid.) Por último, el mecanismo de actuación para la comunicación, en concreto, para diversas ceremonias. Según este, “las expresiones emocionales en la comunicación deben ser dramáticas, sea mediante actuaciones exageradas o a través de reforzar o producir cierto ambiente, para atraer al público.” (Cheng, 2017: 95) Cabe tener en cuenta que, sin embargo, en cierta época o sociedad, el tipo de las actuaciones permitidas, así como la estructura narrativa conllevada en estas mismas siempre resultan limitadas, incluso muy formulistas o rutinarias (Ibid.). Aunque estos tres mecanismos de la emoción son propuestos para tres ámbitos distintos de la vida, no se puede negar que tienen contenidos compartidos y que siempre funcionan al mismo tiempo.

Según Cheng Boqing (2013: 42), la sociología emocional no solo consiste en comprender las emociones desde la perspectiva sociológica, sino también intenta explorar y entender la sociedad a través de las emociones. En realidad, la sociología está inmersa en la principal corriente cultural de la modernidad, que determina el desarrollo de las ideas emocionales. Bajo el contexto de la modernidad, Hirschman primero propone que los intereses sirven como domador de las pasiones, que son fáciles de ser controladas por comercios. Cuando exploramos más detalladamente a la situación de la modernidad, podemos darnos cuenta de que la industrialización, la comercialización, la urbanización y la informatización son cuatro elementos clave para las emociones:

1) Con el desarrollo de la industrialización, se corta la conexión de valor entre el individual y el trabajo, que se convierte cada vez más aburrido y repetido. En especial, en los últimos años, se desarrollan las industrias que requieren más trabajo emocional, lo que significa “la privación de autocontrol del individual sobre sus propias emociones” (Cheng, 2013: 46). 2) La comercialización se refiere al cambio de manera del juicio de valor. El mundo moderno es más un lugar competitivo, que somete todo al juicio del mercado. Siempre en una relación comercial, todos se descienden hacia las herramientas que satisfacen las necesidades de los demás. 3) La vida urbana constituye un entorno lleno de desconocidos y así, soledad e incertidumbre. En consecuencia, la falta de seguridad nos impulsa a buscar nuevos incentivos exteriores, que pueden mostrarse como la infidelidad a su propio gusto, estilo u opinión de un individual. 4) La informatización es un elemento muy característico con el desarrollo de las tecnologías. Las comunicaciones por medio de los digitales conducen a la escasez de la realidad y también a la seguridad. Así, las emociones dependen más de los incentivos inmediatos y son más fáciles de experimentar cambios repentinos.

En consonancia con el último punto, Cheng (2021) averigua la relación entre el Internet y la emoción con el fin de explicar el enganche a los medios digitales que hoy se vive. En su argumentación, define que, por un lado, el Internet refuerza el "colectivismo online", fomentando el dramatismo de expresiones, junto con el efecto "cámara de eco"; por otro lado, estos lazos digitales caracterizados por los altibajos pasajeros de emociones contribuyen a la disolución de los vínculos emocionales tradicionales que nos unen con la sociedad. En este sentido, cuando se desengancha al mundo digital una vez que desaparecen los atractivos, el aislamiento individual se volvería más importante.

Además, el erudito chino Guo Jinping (2007) cree que en el proceso de interacción emocional entre las personas, hay características tan importantes como "intercambio social de emociones", "comunicabilidad emocional" e "igualdad de emociones." "Intercambio social de emociones" significa una inversión emocional en una "relación con la expectativa de retorno emocional." La necesidad del intercambio humano-emocional es tan natural como el intercambio de intereses materiales. También es

importante señalar que las emociones, como capital social, están limitadas por el capital económico, el capital cultural y el capital social y están relacionadas positivamente con el capital social. "Comunicabilidad emocional" significa la forma en que interactúan las personas emocionalmente, lo cual es comunicativo, pero no totalmente instrumental. Finalmente, "la igualdad de emociones" se refiere al poder emocional generado en el proceso de interacción emocional y la democracia emocional que la gente debe perseguir. Esto es porque la parte con alto valor emocional puede dominar fácilmente la con bajo valor emocional. Y la desigualdad emocional "maligna" es más probable que conduzca a la ocurrencia de eventos sociales malignos. Los tres rasgos emocionales anteriores son complejos y variables, y producirán diferentes formas y requisitos en diferentes contextos sociales y contemporáneos.

Autoetnografía de Catalina

Ahora voy a presentar algo sobre las aplicaciones en mi móvil, en especial, mis experiencias y mis emociones con estas. La verdad es que tengo muchas aplicaciones. Creo que más de 30. Son muchísimas. Pero todas tienen sus propias funciones, es decir, todas son útiles para mi vida. A mi juicio, se pueden dividir en diferentes categorías, o sea, para diferentes funciones.

Entre ellas, las más importantes son las aplicaciones para la comunicación. A lo largo de la historia, la sociedad se basa en la comunicación entre individuos. En los últimos años, con el desarrollo del Internet y también la invención de muchas aplicaciones digitales, se ha cambiado de forma drástica la manera de recibir y difundir informaciones. Nos acostumbramos más a comunicarnos en línea. En China, las aplicaciones más importantes son Wechat y QQ, que nos proporcionan nuevas plataformas para intercambiar ideas. Además, no solo se utilizan para realizar la comunicación diaria, o sea, las comunicaciones con nuestros amigos, familiares o las personas más íntimas, sino también facilitar comunicaciones sobre trabajos.

Para mí, estas dos aplicaciones representan dos diferentes etapas de mi vida. La QQ corresponde a la primera etapa. Empecé a usar esta aplicación desde muy niña, creo que cuando tenía menos de diez años y todavía estaba en la escuela primaria. En aquel entonces apareció el primer ordenador en mi casa y se conectó al Internet. Por eso, pude acceder al Internet y encontrar esta aplicación. Y en aquel entonces la usaba casi todos los días después de las clases, y creo que me dio mucho gusto y mucho placer esta aplicación. Es que, me permitía comunicarme con mis amigos y compañeros después de las clases. Es decir, nuestra comunicación no se limitaba a la escuela, o sea, a la forma frente-a-frente. Para mí, realmente se trataba de una experiencia muy novedosa y muy interesante.

Este fenómeno se puede entender con el mecanismo de experiencia en el ámbito del consumo propuesto por el sociólogo chino Cheng, es decir, los individuales suelen procurar todo tipo de alegría mediante experiencias novedosas (2017: 91). Para mí, una niña que se encontraba en el periodo del desarrollo rápido de la tecnología, Internet, ordenadores, así como todas las aplicaciones digitales eran cosas muy novedosas, que interrumpían mi vida rutina y llamaban toda mi atención. Todas estas cosas, que servían como incentivos exteriores, me traían muchos placeres. Por eso siempre quería gastar más tiempo en esta aplicación para conseguir más alegría.

Y luego, después de terminar la escuela primaria y entrar en el secundario y también el bachillerato, como mi colegio era un internado, solo pude usar el móvil una vez cada semana. Y además, en aquel entonces, Internet no estaba tan desarrollado como ahora, por eso el móvil y también la QQ no me costaba mucha energía, o sea, mucho tiempo, y solo servía como una herramienta o una añadidura para enriquecer mi vida. Por un lado, en aquel entonces, dentro de colegio de internado, todavía prevalecían

las comunicaciones frente-a-frente y mi vida estaba llena de realidad y seguridad. Por eso, las emociones experimentadas eran más profundas y estables; por otro lado, Internet y las comunicaciones en línea no me costaban mucha energía, así no causando cansancio u otros sentimientos negativos. Como señala Scribano (2022), la emoción se basa en el sentimiento. Por eso, en general, mi emoción sobre esta aplicación es muy guay.

Y cuando terminé mi bachillerato y me preparé para entrar en la universidad, conseguí mi propia tarjeta telefónica y también un nuevo móvil. Con estas cosas me registré en el WeChat y desde entonces empecé a usarlo. En realidad, en China hay un fenómeno muy especial: se considera que la aplicación de QQ es para los jóvenes y luego el WeChat es para los adultos. Por eso, después de entrar en la universidad, pienso: «ya soy una persona muy madura, y por eso debo utilizar el WeChat en vez de QQ». Según la ecología emocional (Scribano, 2022), las prácticas sociales cognitivo-emocionales pueden producir, gestionar y reproducir acciones y horizontes cognitivos, incluyendo información sobre preferencias y valores. En este caso, al principio, para mí, Wechat no tenía ningún diferencia en comparación con QQ. Pero según la práctica social y la opinión colectiva, Wechat era una aplicación o una herramienta para demostrar que esta persona ya era mayor y más independiente. En este contexto, sentí que era más adecuado para mí usar Wechat a esta edad. Por eso, esta aplicación viene reemplazando QQ en mi vida.

Y además hay una diferencia muy grande, es que anteriormente QQ era para la comunicación principalmente entre amigos o compañeros muy íntimos, pero WeChat no. WeChat es, no solo para la comunicación entre amigos, sino también la comunicación en el trabajo. Y por eso creo que sobre esta aplicación tengo una emoción muy muy contradictoria. Por un lado, muy similar a QQ, me trae mucha conveniencia y me facilita la vida. Además, siempre quiero compartir mi vida usando la función “momentos” en Wechat. Pero en concreto, no comparto todas las cosas. Antes de publicar mis fotos y escribir algo, siempre invierto mucho tiempo en pensar y elegir las cosas publicadas. Es que siempre quiero demostrar cierta personalidad o emoción para crear una imagen ideal, que es posible un poco diferente de mi figura en la vida real. Se trata, en realidad, del mecanismo de actuación, lo que significa el deseo de atraer el público mediante exagerar las actuaciones o producir cierto ambiente (Cheng, 2017: 95).

Por otro lado, esa aplicación también me da mucho estrés. Muchas veces, cuando veo nuevos mensajes en esa aplicación, me pongo muy nerviosa. Como he dicho antes, el WeChat no solo es para la comunicación entre amigos, o sea, para la comunicación agradable, sino también para la comunicación del trabajo, de las tareas. Por eso, por ejemplo, cuando mi jefe de trabajo o mi profesor me envía una tarea por la noche o en los domingos, ¿qué puedo hacer? Es que no puedo hacer nada sino responderlo inmediatamente diciendo que vale, voy a cumplirlo lo antes posible. Estas palabras revelan muy

claramente la relación entre las emociones y los intereses. En realidad, hasta ahora, ya existen muchos sociólogos que han notado este fenómeno y han formulado sus propias ideas, como por ejemplo, Montesquieu, Bentham y también el profesor chino Cheng, que ha propuesto el mecanismo de acabado para el trabajo. En el contexto de industrialización y de comercialización de alto nivel, necesitamos hacer todo lo posible para satisfacer las necesidades de los demás y necesitamos valorar los premios y castigos de nuestra emoción, de nuestra acción. Por eso, ante los mensajes o las llamadas del tutor o del jefe, lo único que puedo hacer es responderlos y también no puedo mostrar mis sentimientos negativos, es decir, necesito controlar muy bien mis emociones ante los intereses. Si no, es muy posible que vaya a sufrir castigos. Por eso, hasta ahora, creo que mi vida ya está bajo el control de WeChat, en vez de que el WeChat bajo mi control. Por eso me trae mucho estrés y muchos nervios.

Luego, hay otra categoría de aplicaciones para hacer compras. Como sabemos, las compras en línea son muy avanzadas en China, y en mi móvil, tengo dos principales aplicaciones. Una se llama Taobao y otra es Pin Duo Duo. En realidad, estas dos son un poco parecidas. La diferencia más grande consiste en que en Pin Duo Duo, siempre se muestran los productos de bajo precio y también posiblemente de baja calidad, por eso algunas veces cuando necesito comprar una cosa pero no exijo mucho sobre su calidad, suelo usar Pin Duo Duo. Y además, la aplicación Alipay, que se utiliza para realizar el pago, resulta muy importante para acabar completamente el proceso de compras.

Aquí voy a contar mi historia con Taobao. Empecé a usar Taobao después de entrar en la universidad. Como mi universidad estaba muy lejos de mi casa, mis padres no podían ayudarme a preparar las cosas necesarias de la vida y tenía que hacer compras propiamente. Y en este caso, me encontré con Taobao y empecé a usarlo. Hasta ahora, creo que abro esta aplicación casi todos los días. Muchas veces no compro nada y solo quiero echar una mirada a las cosas exhibidas en la aplicación. Es que, como sabemos, a las chicas siempre nos gusta mucho hacer compras. Pero lo más importante no consiste en realmente comprar algo, sino en admirar la belleza, por ejemplo, el diseño super bien de las ropas. Todas estas cosas bonitas pueden crear un ambiente artificial agradable y nos proporcionan sentimientos positivos. Como Cheng (2017: 91) dice, el mecanismo de experiencia se caracteriza por dos modelos: el de aliviar el estrés y el de producir sentimientos artificiales. Todas las cosas exhibidas en Taobao sirven como incentivos exteriores para satisfacer nuestras necesidades emocionales. Por eso, la experiencia de esta aplicación es guay y me da mucho placer.

Pero sí hay algunas veces que esta aplicación me ha decepcionado e incluso me puse furiosa. Como sabemos, cuando hago compras en el internet, no puedo tocarlo en persona, por eso no puedo saber muy bien su calidad. Algunas veces, cuando recibo el paquete y encuentro que las cosas no alcanzan a mi expectativa, me siento decepcionada. Por eso ahora algunas veces, dudo entre las compras en el

Internet o las compras en el centro comercial. Según Condé, la emoción es un impulso directo para el comportamiento humano. En este caso, como las compras en línea me traen algunas experiencias no satisfechas y me hacen sentir decepcionada, dudo en hacer compras en el Internet la próxima vez.

Y luego hay otra categoría que se utiliza para el entretenimiento, para pasar nuestro tiempo aburrido. Tengo dos principales, una es Bilibili que se utiliza para ver vídeos. Y otra se llama Música de QQ para escuchar música. Aquí voy a hablar de la aplicación de Música de QQ. También empecé a usar esta aplicación desde muy niña. Como me gusta mucho escuchar música, empecé a usarla tan pronto como esta aplicación se lanzó en el mercado. Y hasta ahora, la uso casi todos los días. También esta aplicación me da mucha alegría porque es una buena manera, o sea, una buena aplicación para pasar el tiempo aburrido. Por ejemplo, cuando tomo el autobús y no tengo nada que hacer, En este caso, voy a escuchar música para pasar este tiempo. Como dice La Mettrie, el disfrute juega un papel muy importante en la vida humana. Por eso, casi todos están buscando cómo disfrutarnos mejor. Pero hoy en día, con la urbanización e industrialización, siempre sentimos que la vida está llena de soledad e incertidumbre, por eso recurrir más los incentivos en línea parece ocupar una parte muy importante.

Y al final quiero mencionar unas aplicaciones muy especiales para nosotros, para los estudiantes de una lengua extranjera. Como sabemos, tenemos que hacer prácticas para desarrollar nuestras habilidades de esta lengua extranjera. Por eso en mi móvil tengo muchas aplicaciones para escuchar diariamente en español y en inglés. Y además tengo dos aplicaciones de diccionario para consultar las palabras. Esas aplicaciones empecé a usarlas cuando comencé a estudiar este idioma. Las uso casi todos los días para mi estudio, claro que excepto en las vacaciones. Y creo que no tengo una emoción muy especial para estas aplicaciones, pero si tengo que decir una palabra, es gratitud. Es que agradezco mucho por la ayuda que me ofrecen estas aplicaciones. Creo que se trata de una herramienta muy muy útil para ampliar mis conocimientos y para resolver mis problemas. Y eso es todo.

Mis emociones al escribir este trabajo

En realidad, al principio, la sociología es una disciplina muy desconocida para mí, porque durante estos cinco años como estudiante de la filología española, solo me he enfocado en la literatura, traducción y filología. Y cuando me enteré de la tarea de este trabajo por la primera vez, estaba totalmente confundida, no sabiendo cómo empezar. Pero afortunadamente, los profesores Adrián y Angélica nos ayudaron a descomponer la tarea en diferentes partes y también presentaron cómo escribir para cada parte. Antes de escribir, también he tenido la oportunidad de leer más publicaciones sobre este tema. Y poco a poco, siento mejor en esta tarea y también me interesa más esta disciplina. Pero durante el proceso, también he notado muchos de mis fallos en comparación con otros compañeros, incluyendo el

pensamiento lógico, el nivel de español, etc. Este sentimiento, en realidad, me da mucho estrés pero también mucha energía para mejorarme.

Al final, quiero mencionar especialmente la parte de “análisis de autoetnografía”. El sociólogo Cheng dice que la sociología emocional consiste en comprender las emociones desde la perspectiva sociológica y también explorar la sociedad a través de las emociones. Para mí, se trata de una cosa muy interesante. A través del análisis, entiendo mejor este concepto. A través de muchos detalles en mi uso de las aplicaciones digitales, puedo hacer una autorreflexión sobre mí misma. Y combinando los análisis de mis compañeros, podemos conseguir unas conclusiones generales sobre el fenómeno de usar aplicaciones en China, que es super importante en especial en esta época cuando todo se desarrolla muy rápidamente. Por eso me siento super guay durante este proceso.

En total, esta tarea de escritura está llena de diferentes emociones, desde confusión, estrés hasta sensación de realización y gratitud.

Autoetnografía Jorge

Bueno, voy a desglosar las aplicaciones que tengo en mi móvil de acuerdo con la intensidad de uso de las mismas. De acuerdo con este criterio, tengo varias categorías que agrupan mis apps. Por ejemplo, la que menos veo tiene que ver con las aplicaciones de viaje porque no soy mucho de viaje aplicación de compra tampoco soy muy de hacer compra online a veces prefiero comprar cosas en la en las tiendas físicas, por así decirlo. Además, las aplicaciones financieras también se encuentran en esta categoría por el hecho de que en Wechat te pueden vincular con las tarjetas bancarias que tienes, así que no hacen falta tanto estas aplicaciones de Banco. Y Whatsapp y Twitter tampoco las utilizo bastante porque no tengo muchos contactos en el extranjero. Y YouTube tampoco porque tampoco soy de los que ven videos en el movil y son todos los vídeos que requiere una una VPN.

En la categoría de uso medio esta Instagram, porque siempre es muy fácil consumir las fotos en esta aplicación. Además, están las aplicaciones de emails, porque de vez en cuando tengo que lidiar con algunos asuntos de carácter oficial, es por eso están ahí los mails.

En cuanto a la de uso más intenso, está ahí primero Spotify, bueno que se encuentra entre las primeras tres, seguro. Y Wechat también, y Weibo, la versión China de Twitter, está entre las primeras tres diría yo. Y hay otra para mirar a unos vídeos que es Bilibili, que la utilizo bastante antes de dormir para mirar a unos clips.

En cuanto a los tiempos de uso, la gran mayoría de estas aplicaciones las empecé a utilizar es que compré mi móvil, que es hace 5 años atrás, porque son aplicaciones, me imaginé, necesarias. Además, Twitter WhatsApp y YouTube son aplicaciones que se incorporaron después, no sé, como hace dos años o tres.

Así que bueno, voy por la última pregunta, que tiene que ver con la experiencia de cómo me siento yo a la hora de utilizar estas aplicaciones. En el caso de Spotify, me siento relajado porque la utiliza principalmente para la música, pero también para escuchar a los podcasts que me encantan, porque es una forma de pasar el tiempo cuando, por ejemplo, cuando ando en bicicleta, para enterarme de lo que está pasando en el mundo. Me parece que, generalmente, la experiencia de uso de Spotify ha sido de muy buena onda.

El caso es similar en el caso de Bilibili porque cuando veo videos solamente para entretenerme, para relajarme, entonces también me siento cómodo y tranquilo en el sentido de que, bueno, no vería videos muy serios, muy profundos, sino que más bien videos lights. Y me sentiría más relajado, lo cual me ayuda a conciliar el sueño.

En este sentido, en un mundo digitalizado en que vivimos los jóvenes chinos, se ofrecen productos de consumo que satisfacen la necesidad de cada uno, a partir de la informatización y

personalización de dichos medios. Como se menciona aquí, por ejemplo, el mecanismo de experiencia se caracteriza por el modelo de aliviar el estrés generado por la tensión y la presión que soportan las personas contemporáneas, a través del cual buscan estímulos y evasión en su tiempo libre con el fin de superar el asfixiante aburrimiento, la monotonía y el tedio de la vida cotidiana.

Pero el caso es un poco interesante o particular para Weibo porque no es solamente una plataforma para compartir mi pensamiento, para compartir mi vida, sino también es para que la gente comente lo que está pasando bueno en China pero también en todo el mundo. Así que tiene una función muy importante de yo diría debate político en este sentido.

A veces uno encuentra opiniones encontradas, encuentra discusiones bien feroces el sentido de que incluso puede llegar a ser insultos, ¿no? En este sentido para mí Weibo es una un espacio de socialización de política donde uno, sobre todo, es muy importante, yo diría para los adolescentes, en que forma sus valores, su modo de ver el mundo. Así lo fue mi caso, o sea, yo empecé a utilizarlo desde la secundaria y que esta etapa fue muy importante la visión de mundo que recibí en este espacio. Así que los sentimientos que tengo cuando estoy en esta plataforma pueden ser bien encontrados. En algunos casos, veo las publicaciones más light que son relajantes porque yo siento algo de este confort, de alegría. Pero cuando veo dichos que encuentro bien absurdos, me pongo muy enojado por los mismos.

Obviamente, en este caso, se observa en este espacio lo que se denomina la balcanización de Internet, en el entendido de que las personas conectados más allá de las fronteras tradicionales, Internet crean un mundo de "narcisismo de la similitud", en el que las interacciones sociales se reducen a interacciones entre personas con intereses ideológicos, raciales, de género o de otro tipo similares, segregadas en círculos y facciones. En estas dimensiones, las personas con puntos de vista iguales o similares se abrazan y refuerzan mutuamente, mientras evitan los puntos de vista opuestos o diferentes. Tal y como se indica en mi experiencia, en estas interacciones, se percibe el robustecimiento del odio, el enojo y la hostilidad de quienes son participantes del dicho proceso.

Y en el último caso sería WeChat, bueno en un principio, yo la encontraba bastante buena porque me permite conectarme con todo el mundo, me permite gestionar algunos asuntos y documentos, o sea también compartir mi vida, con los contactos que tengo en este móvil. Entonces en un principio tendría la sensación de que, bueno estoy incorporándome a este espacio en que todo el mundo está, y me sentía bien contento y orgulloso de haberme incorporado a este mundo. Pero al pasar del tiempo, yo creo que el primer problema que tengo con WeChat es esta sección de compartir la vida en la que todo el mundo comparte cosas y que esto me empezó a molestar. No sé, quizás soy demasiado susceptible a la vida de los demás y que esto, no sé, simplemente no me pone muy bien en el sentido de que hay demasiada información de los demás. Entonces lo que yo hice hace dos años es cerrar esta función porque a veces

puede ser muy agotador esto de interactuar con los demás, de absorber la información o las fotos y los mensajes que los demás ponen en esta plataforma. Pero otra parte también tiene que ver la función de comunicación, de enviar mensajes, lo cual hace más difusa la línea divisoria entre la vida y el trabajo. O sea, antes no se había generalizado el uso de WeChat y cuando salía de mi lugar de trabajo o salía de la escuela, por ejemplo, las cosas de la escuela quedaban en este lugar. Pero ahora que contamos con estos recursos comunicativos, se nos hace más difícil desprendernos de la mensajería de los temas, de los del entorno de trabajo o de estudio porque, por ejemplo, mi profe que me siempre deja unos mensajes o unos documentos en tiempo de descanso, cuando ya terminan las clases, y esto me obligan a estar en un estado activo. También me da una sensación de que estoy bien enganchado a este entorno de trabajo, así que el espacio de ocio y de trabajo obviamente se hace cada vez más confuso. Y esto me deja una sensación de desgaste bien importante.

Por lo anterior, se reafirma la dimensión de la informatización en las emociones humanas. Al digitalizar la vida cotidiana, incluido sin duda el contacto interpersonal, se pierde la división entre lo virtual y lo real, lo cual conduce, como se indica, a la falta de seguridad y sensación de realidad. En esta línea, esto no solo genera enganchamiento y ansiedad a la vez, sino también merma las emociones exclusivamente producidas a través del contacto real, que son sustituidas por los altibajos emocionales más temporarios provocados por los incentivos virtuales. Al fin y al cabo, esta transformación de vida no hace nada más que reforzar la soledad individual en un contexto en que, paradójicamente, nos relacionamos de modo más fácil mediante diversos medios de comunicación.

Autoetnografía Sara

Voy a presentar las aplicaciones que tengo en mi celular según la frecuencia de uso y durante este proceso, intentaré analizar las emociones que experimento combinando lo más posible las teorías sobre la sociología de las emociones y los mecanismos de la emoción. De acuerdo con la frecuencia de uso, las aplicaciones que tengo pueden dividirse en varias categorías. Empiezo con las de baja frecuencia de uso. La aplicación de mapa digital pertenece a este tipo porque solo lo utilizo cuando tengo que ir a sitios desconocidos. Pasa lo mismo a la aplicación de bicicletas compartidas. De hecho, solo la he utilizado nada más de unos cuatro meses, en concreto desde marzo hasta julio de este año cuando estaba en la Universidad y por necesidad de trabajo, tengo que trasladarme entre diversos lugares, así que bajé la aplicación y la empecé a usar. De veras me ha facilitado mucho el transporte, sobre todo si teniendo en cuenta el hecho de que muchas veces no tenga tiempo de hacer deporte. Las emociones que experimento durante el uso de esta aplicación se explican con el mecanismo de experiencia en el campo del consumo (Cheng, 2017). Si el descanso que me da el montar en bicicleta es un tipo de sensación, entonces, la alegría y el consuelo que me produce la idea de hacer ejercicios montando en bicicleta serían emociones. Las sensaciones son saturables, es decir, el tiempo y la energía que me ahorra montando bicicleta son determinados y limitados, mientras que las emociones pueden ser reforzadas: en mi caso, si estoy muy ocupada y casi no me queda tiempo para hacer deportes, con solo echar un vistazo a las bicicletas compartidas en las aceras de la calle me quedo relajada y tranquila, emoción que se vuelve cada vez más intensa.

Otra aplicación de baja frecuencia es Pinduoduo, que permite hacer compras online. En comparación con otras aplicaciones de compras, esta se caracteriza por el hecho de permitir comprar a un precio muy barato entre varias personas. Aun así, solo la utilizo para comprar cosas de estudios, como cuadernos o bolis simplemente por el medio de que el producto recibido dista demasiado del que se muestra en las fotos.

En la segunda categoría están las aplicaciones de media frecuencia de uso. Para seguir lo narrado arriba, empiezo con otra aplicación de compras: Taobao. Creo que, en comparación con mi generación, soy relativamente más joven como usuario de Taobao ya que en un principio, guardaba mucha sospecha para hacer compras online. Pero ahora, en cierto sentido ya he sido esclavizada por Taobao, ya que a veces en realidad no me hace falta comprar nada nuevo, pero tiendo a abrir la aplicación para echar un vistazo, que normalmente termina siendo un vistazote. Además, con la aparición de todo tipo de festivales de compras, como el Doble Once, el 18 de junio, el Doble Doce etc., el caso se vuelve mucho más complicado. En fin, entre los capitalistas y los ingenieros informáticos, la trampa dispuesta resulta cada vez más atractiva.

Cuando viajo por entre las diversas publicidades de diferentes productos deslizando desapercibida sin parar la pantalla, mi tontita cabeza se siente satisfecha y alegre con el estímulo de dopaminas. Sin embargo, cuando por fin me percato del transcurso irrevocable del tiempo, quedo azotada por los resentimientos de haber malgastado tiempo. Sobre todo, durante esos festivales de compras, es muy difícil saber si compro por necesidad o compro por comprar, o simplemente por sentirme perteneciente a la comunidad, tal como Montesquieu dice que el comercio puede dulcificar las relaciones sociales (Scribano, 2010), en cierto sentido, el comprar algo juntos refuerza las relaciones interpersonales. Además, estas aplicaciones de compras corroboran con la hipótesis de Cheng Boqing: que hoy día el mecanismo de experiencia del consumo ya no depende solo del tanteo individual, sino también de la tendencia de industrialización que se divide en dos modelos de funcionamiento: el de aliviar el estrés y el de producir emociones artificiales (Cheng, 2017). La alegría y la conformación que experimentamos al abrir las aplicaciones sin darnos cuenta pueden ser de utilidad para liberarnos temporalmente de la presión y estrés de la vida cotidiana, sin embargo, las dopaminas que la cabeza recibe cuando nos vemos involucrados en los festivales de compras, no serían sino emociones artificiales diseñadas por los capitalistas.

Luego, la aplicación NETEASE también pertenece a este grupo. Pues no soy tan aficionada a cierto tipo de música o cantante, pero lo que pasa es que cada vez que veo una película cuya música de fondo me impresiona, siempre intento buscarla en NETEASE para empezar a escucharla una y otra vez. Así que las emociones que experimento al utilizar esta aplicación siempre están decididas por las canciones, según varían, pueden ser tranquilidad, pasión, tristeza, incluso miedo, etc., que también se explica con la industrialización de las emociones (Cheng, 2017), que resultan ser diseñadas. A diferencia de las aplicaciones de compras, las emociones diseñadas que produce la aplicación de música muestra gran variedad y permite múltiples opciones.

NETEASE MAIL también es de esta categoría, tal vez es que para ponerme en contacto con los demás, WeChat resulta más rápido y conveniente. WPS me permite ver todo tipo de documentos en el móvil, pero como hoy día utilizo el ordenador en la mayoría de las veces para trabajar y estudiar, así que abro WPS muy pocas veces. Lo mismo pasa con CamScanner que está destinado a convertir fotos en PDF. Por último, en esta categoría también caben el diccionario digital del inglés y la de escuchar inglés, aplicaciones que ya no uso tanto, quizá por el hecho de que, en comparación con el español, resulta más baja la posibilidad de tener contacto con el inglés en mi vida. El diccionario digital del chino también la uso con media frecuencia, de todas maneras, no es frecuente encontrar caracteres chinos desconocidos en la vida diaria. Estas aplicaciones sobre las busco y las abro cuando tengo necesidad, así que siempre me parecen útiles y que me trae tranquilidad ya que facilitan mucho los estudios y el trabajo, sobre todo, en casos cuando no tengo el ordenador a mi alcance, llego a estar agradecida hacia estas aplicaciones.

Aunque es inevitable e innegable la existencia de experiencias desagradables, tal como el miedo por perder los documentos, la molestia causada por los anuncios omnipresentes, incluso el enfado por el cambio de la política de servicios de la aplicación etc., la tranquilidad y el agradecimiento siempre protagonizan en este sistema emocional. (Scribano, 2022)

En la última categoría están las aplicaciones de alta frecuencia de uso. Diría que el diccionario digital del español, Todo list, el diario digital y WeChat son las cuatro aplicaciones que uso con mayor frecuencia. No cuesta comprender la alta frecuencia de uso del diccionario del español, ya que de vez en cuando se me presenta una palabra desconocida en español. Todo list me ayuda a organizar todas las tareas pendientes de cada día. Dicen que el ser demasiado dependiente de este tipo de listas puede ser perjudicial a la memoria, pero como ando siempre muy atareada, no tengo otro remedio que hacerlo. De hecho, detrás del uso de esta aplicación está justamente el autocontrol basado en la lógica de premios y castigos. (Scribano, 2010) Sinceramente hablando, como he sido castigada por olvidar o incumplir alguna tarea a tiempo, o ser premiada por terminar bien algún trabajo, el miedo por los castigos y la aspiración por los premios me orientan a la búsqueda de una aplicación que me ayuda con la administración de las tareas pendientes. El diario digital también registra una alta frecuencia de uso. En comparación con escribir en un cuaderno a mano, lo bueno de esta aplicación consiste en la incorporación de fotos tomadas. Personalmente entiendo el uso de esta aplicación como resistencia al mecanismo de actuación de la comunicación (Cheng, 2017). En la comunicación interpersonal, para observar las supuestas normas y parámetros sociales, tendemos a reprimir las pasiones y controlar la conducta (Scribano, 2010) como si viviéramos con una máscara. En este contexto, lo que escribo, sea en el cuaderno o en el diario digital, es la versión auténtica de mí misma. Por ende, las emociones que experimento al usar dicha aplicación son más sinceras y variadas.

En cuanto a WeChat, se vuelve un poco complicado el caso. De hecho, se trata una aplicación que logra facilitar muchísimo la vida diaria, pues esta permite pagar escaneando QR, ponerse en contacto a tiempo real con los demás a través de mensajes o llamadas, publicar fotos o comentarios en la sección de Momentos para compartir, incluso utilizar los servicios de diversas aplicaciones a través de miniprogramas sin necesidad de bajar las aplicaciones correspondientes. Sin embargo, el ser multifuncional ha terminado siendo la fuente de un conjunto de emociones encontradas que he experimentado. Esta la empecé a utilizar desde hace cinco años, cuando tuve mi propio número de teléfono. En los primeros dos años, tuve desactivada la notificación de mensajes de WeChat, me limitaba a revisar y contestar los mensajes de manera concentrada solo en ciertas franjas de horas de mañana, de tarde y de noche. Así todo había ido bien hasta que en dos ocasiones perdí el anuncio de los profesores, aunque, de hecho, no fue nada importante para mí. Esa sensación de haber causado molestias a los demás

me dejó algo deprimida. Desde entonces, aunque seguía teniendo desactivada la notificación de mensajes nuevos, la frecuencia de abrir la aplicación elevó notablemente. Poco a poco, vengo experimentando una adicción cada vez más intensiva hacia la aplicación, mejor dicho, hacia las redes sociales. Hasta que por casualidad vi un documental de Netflix titulado: 'The social dilemma', en español El dilema social. El largometraje me impresionó muchísimo y otra vez empecé a restringir el uso de WeChat intentando desengancharme de esta y concentrarme en cosas que más importan. Ya se imagina lo que pasa: no es nada fácil independizarse de WeChat porque está demasiado conectado con la vida y el trabajo. Además, numerosos ingenieros se esfuerzan detrás de la aplicación por que la abras y utilices con más frecuencia. Cuando me di cuenta de que la monofobia me estaba afectando la vida y que me era muy difícil librarme de su control dependiendo solo de mi voluntad, me sentía muy desesperada pero todavía con esperanza. Sigo buscando e intentando diversos métodos para desengancharme temporalmente de las redes sociales y concentrarme en el ahora y el aquí. Uno de los métodos usados es la configuración del color de la pantalla, tengo en blanco y negro para reducir las ganas de usar el móvil. Esto explica por qué tengo WeChat asociado con el color gris.

El caso de WeChat puede explicar a la perfección que las emociones siempre conviven a pesar del posible protagonismo de alguna. Además, una curiosidad puede ser que en esta aplicación están integrados al mismo tiempo los tres mecanismos de la emoción planteados por Cheng (2017): el mecanismo de acabado del trabajo se manifiesta en que el WeChat se está convirtiendo en una plataforma de teletrabajo; el mecanismo de experiencia del consumo existe también ya que WeChat es una de las dos plataformas más utilizadas de pago en China; por último, el mecanismo de actuación de la comunicación se refleja en el hecho de que WeChat, por un lado, siendo redes sociales, sirven para la comunicación interpersonal; por otro lado, con la aparición de diversas funciones, como Momentos, Canal, Transmisión directa, etc., los individuos están cada vez más acostumbrados a expresarse sus emociones de manera exagerada para atraer más atención ajena.

Otras aplicaciones de esta categoría son: Duolingo, para aprender por mi propia cuenta un poquito de latín y francés; Alipay, para pagar; una aplicación para escuchar español; una aplicación de cuenta regresiva para recordarme de fechas y acontecimientos importantes; BaiduNetdisk para guardar archivos en la nube porque siempre son muy grandes y ocupan mucho espacio; Tencent Meeting, homóloga china de ZOOM, para tener reuniones virtuales. La empecé a utilizar hace tres años con el brote de la pandemia de covid-19. Pero durante el uso he sido por completo convencida de que facilita mucho el teletrabajo. Igual que algunas de las aplicaciones de media frecuencia de uso que he mencionado en el apartado anterior, estas aplicaciones también las uso solamente cuando necesito, así que la tranquilidad protagoniza siempre la ecología de emociones. (Scribano, 2022)

La última aplicación que uso con alta frecuencia es una para reconocer plantas que me mola mucho porque soy toda una plantáfila y tengo mucha curiosidad por conocer el nombre y la historia de las plantas que encuentro en la vida. Esta aplicación simboliza el contacto que tengo con la naturaleza, que me hace sentir tranquilidad. Diría que las emociones que experimento al usar esta aplicación son explicables según el mecanismo de experiencia de Cheng (2017), aunque no lo considero el hedonismo propiamente dicho. A diferencia de NETEASE Music, esta aplicación me trae felicidad en vez de alegría. Me siento feliz porque gracias a esta, logro establecer conexiones con la naturaleza que adoro profundamente. No se trata de un placer pasajero, sino de un refuerzo de la fe y la veneración que profeso al mundo natural.

Emociones experimentadas al escribir la autoetnografía

Para ser sincera, en un principio me resistía mucho sea a las conferencias o al futuro trabajo de autoetnografía. Igual que otras compañeras, tenía dificultad para la comprensión auditiva y desconocía casi del todo el contenido que presentaba Adrián en las conferencias, además el tema tampoco me interesaba. Otra razón puede ser la exigencia de asistencia obligatoria, puesto que la obligatoriedad siempre nos impone una sensación de control, cosa a la que nos hemos vuelto mucho menos tolerantes luego de la pandemia. Por eso, ya se puede imaginar las emociones enfrentadas que tenía en aquel tiempo: angustia por tener que asistir a conferencias cuyo tema no me interesaba, decepción y desconfianza por ser incapaz de comprender el contenido... así se forma una pescadilla que se muerde la cola. Pero lo que pasó más tarde revela que, si no me hubiera resistido en un principio, habría podido entender más contenido de las conferencias.

Los cambios emocionales se produjeron casi dos semanas después. En la clase de otra asignatura Métodos de investigación lingüística, la profesora presentó la autoetnografía cooperativa en chino combinando su propio caso real. En un momento ella dijo que una vez una estudiante suya le había preguntado: ¿el investigador tiene que pagar a las personas estudiadas? La profesora le contestó que no, porque la autoetnografía era un ganar-ganar, pues a la persona estudiada le ofrecía una oportunidad para reflexionarse sobre cierto hecho, conducta o experiencia. La oportunidad de comunicarse con uno mismo es preciosa en una sociedad tan ligera y rápida. Fueron esas palabras que me impresionaron e hicieron que me diera cuenta de la buena oportunidad que tenía adelante. En posteriores conferencias, la profesora Angélica también tuvieron comentarios similares. Empecé a tener interés por el futuro trabajo de autoetnografía esperando que este me ofreciera una oportunidad para reflexionarme con tranquilidad la relación que tengo con el mundo digital, sobre todo con las redes sociales.

Pero, de todas maneras, un trabajo es un trabajo, el interés solo ayuda a reducir, pero nunca eliminar la posible presión y estrés, sobre todo, cuando a uno se le presenten muchas tareas a la vez. Y si esta persona no ha podido tener bien planificado su tiempo, el caso sería aún más complicado. En fin, en esta última etapa de redactar el trabajo, siento mucha ansiedad y agradecimiento a la vez. Aun obligada a tener reflexiones sobre el uso de las aplicaciones, de las redes sociales, del mundo digital, el resultado sí que vale. Pues ahora, una vez tengo reconocidas todas las emociones que experimento durante el uso del móvil, sorprendentemente me siento mucho más tranquila y con más confianza para luchar contra la adicción y el algoritmo.

Autoetnografía de Vera

Analizaré las aplicaciones en mi teléfono tan a menudo como las uso. En primer lugar, las aplicaciones de la clase de juego serán excluidas, porque honestamente, no tengo el talento para jugar, incluso un poco. En segundo lugar, utilizo el tipo de viajes muy poco, Google Maps, Appletin y aplicaciones de mensajería incluidas. Esto se debe a que no tengo mucho tiempo para viajar, pero también porque no necesito usar mapas y otro software para los desplazamientos diarios. Una vez más, mi uso de apps de compras es moderado. Todos sabemos que las compras en línea de China está muy desarrollada, casi todo se puede comprar a través de Internet de forma rápida y bien. Por lo tanto, el software de compras no cuenta como una categoría de frecuencia muy baja en mi teléfono.

Sin embargo, utilizo el software más social y de vídeo.

En los medios sociales, WeChat es el número uno. Es el software social más popular en China, que es el equivalente de what's up. La gente generalmente lo usa para mantener sus interacciones personales y para comunicarse en el trabajo. El segundo es hello talk, una app de intercambio de idiomas y aprendizaje diseñado para dar a las personas de todo el mundo la oportunidad de aprender el idioma objetivo con hablantes nativos. Es relativamente nicho.

En las apps de video, yo uso Bilibili más. Es el sitio de video más popular para anime, cómics, videojuegos y amantes del estudio en China, como youtube, pero generalmente utilizado más por los jóvenes. Además, a menudo navego por Little Red Book, una aplicación que combina Instagram, Pinterest y tiendas en línea para compartir contenido de estilo de vida.

En términos de duración de uso, WeChat, debido a sus fuertes propiedades sociales, es definitivamente el más utilizado. Sin embargo, debería haber usado el resto del software durante unos cinco o seis años.

A continuación respondo a la última pregunta, que es describir cómo me siento cuando uso estas aplicaciones.

Lo dije en el orden anterior. Primero WeChat. Inicialmente pensé que WeChat era una app de comunicación interpersonal muy simple y eficiente, en comparación con QQ (otra social en China), que elimina muchas funciones innecesarias. Así que me siento muy relajado y agradable de usarla. Sin embargo, cuando empiezo a trabajar, lo uso con dolor. Porque en China, tanto las universidades como las empresas están acostumbradas a comunicar en WeChat sobre tareas o trabajo. Esto me hace sentir mucho dolor cuando me encuentro ocupado, ya fuera por trabajo o estudio, cuando escucho la señal de WeChat, porque es una nueva tarea que viene.

La siguiente es hello talk. Siempre la enciendo con novedad y placer, porque en esta plataforma puedo sentir diferentes culturas, conocer nuevos estilos de vida y hacer nuevos amigos. Aquí, puedo

debatir una variedad de temas con diferentes personas en mi propio idioma o en el idioma de los demás, mejorando así tanto mi capacidad lingüística como mi capacidad de pensamiento lógico. Recuerdo a mi primer amigo en esta plataforma, que era argentino. Todavía siento gratitud y placer cuando pienso en él. Nos comunicamos regularmente a través de SMS y videollamadas. Unas semanas después, mi profesor de español se sorprendió de mi acento argentino. Han pasado mucho años, esta amistad continúa, y todavía estamos esperando el día en que nos encontremos, que es el momento de extender la amistad en línea a la realidad.

De nuevo, Bilibili, un popular sitio de video para jóvenes, ofrece a los usuarios una gran experiencia, ya sea en un puerto móvil o en un ordenador. Normalmente veo algunos videos divertidos del sitio antes de acostarme. Así que la mayoría de los sentimientos que me da son relajados, ingeniosos y divertidos.

El último es Little Red Book, que es más como la combinación perfecta de Instagram, Pinterest y tiendas en línea. Al principio, fue utilizado principalmente por los usuarios para compartir diferentes estilos de vida, con enfoque generalmente "distinguido" y "elegante." La aplicación fue fundada con mujeres jóvenes como el principal grupo objetivo. Hasta hoy, las usuarias siguen ocupando su cuerpo principal. Esto también significa que el software está siempre lleno de consumismo y feminismo, por supuesto feminismo normal no es malo. Pero la ecología, por un lado, me hace sentir confundido (para promover el feminismo consumiendo mujeres), y por otro lado, me hace sentir estresado porque casi todas las mujeres en esta plataforma están en el lado perfecto de ellos, por lo que me siento "mirada ansiosa."

Análisis de Vera

La conexión entre el mundo real y los medios digitales

David Riesman (2002), un destacado sociólogo estadounidense, ha argumentado que los medios sociales dejan a la gente más lejos de las relaciones auténticas en el mundo real. Esto significa que David Riesman cree que las relaciones sociales de las personas en el mundo real y virtual están de alguna manera separadas entre sí. Sin embargo, este no fue el caso, y los investigadores estadounidenses Boyd y Alison encontraron que para la mayoría de la gente, las redes sociales se utilizan principalmente para transferir las relaciones sociales del mundo real al mundo virtual, en otras palabras, las redes sociales son solo un medio para mantener relaciones con conocidos. Es como teléfonos o la correspondencia con alguien del siglo pasado. Para la mayoría, por ejemplo, WeChat sigue siendo el medio de comunicación social chino más popular para hablar con los conocidos en línea, en lugar de con los desconocidos (Dong Chenyu, 2019).

Así, se puede deducir que las emociones en el uso de los medios digitales no solo están relacionadas con el mero contenido mediático, sino que están inextricablemente vinculadas a la vida real. En otras palabras, las emociones de las personas en el uso de los medios provienen de la conexión entre el mundo real y las plataformas de medios. Volviendo a WeChat, la plataforma de redes sociales más popular en China, en mi uso en los últimos años, la emoción más sentida es la represión y el dolor. En el transcurso de estos años, casi todas las tareas de estudio, trabajos e información de exámenes se publican en WeChat, a diferencia del extranjero. Incluso tenía miedo de recibir un mensaje o una llamada telefónica de WeChat durante un momento particularmente estresante porque sabía que la nueva tarea llegaría. Pero de hecho, estas emociones negativas no se originan desde WeChat, sino que se extienden desde el mundo real hasta el virtual. Por el contrario, como dice Darwin, las emociones de una persona pueden revelar lo que sucede y pasa en un entorno externo.

Incluso si socializamos con extraños, creo que a la mayoría de los internautas les gustan, extender la buena relación a la línea, es decir, "conocer a los internautas", porque el mundo virtual hasta ahora tiene muchas limitaciones; La emoción del mundo virtual necesita ser mapeada a través del mundo real para encontrar significado. Cuando estaba en mi primer año en la facultad de español, tenía ganas de aprender y mejorar mis habilidades de comunicación en español. La plataforma de idiomas "Hello Talk" se utiliza para conocer gente de todo el mundo que quiere aprender y practicar diferentes idiomas. Jesús fue la primera persona que conocí en Hello Talk, y todavía pienso en él con gratitud y placer. Es argentino y está muy interesado en la cultura china. Nos comunicamos regularmente a través de SMS y videollamadas. Unas semanas después, mi profesor de español se sorprendió de mi acento argentino. Han pasado muchos años, esta amistad continúa, y todavía estamos esperando el día en que nos encontremos, que es el momento de extender la amistad en línea a la realidad.

En conclusión, la emoción generada en el proceso de uso de los medios no proviene solo del medio, sino de la conexión entre el mundo real y el virtual.

La forma de la emoción:

En el uso de los medios, las emociones del usuario son mapeadas y enlazadas por el mundo real y virtual. Sin embargo, en el proceso de modelar las emociones del usuario, la ecología de los medios y la emoción colectiva en el medio también juegan un gran papel.

1. La ecología de los medios moldea en gran medida la experiencia emocional del usuario

Si bien muchas aplicaciones impulsan el contenido del usuario en gran medida depende de cómo el big data infiere las preferencias del usuario, la ecología de los medios determina en gran medida la navegación del usuario. Por ejemplo, Little Red Book, como plataforma donde predominan las mujeres,

tiene más contenido consumista y feminista. Esto significa que, así como diferentes geopolíticas crean diferentes sistemas de referencia emocional, diferentes plataformas de medios digitales ecológicos dan forma a diferentes experiencias emocionales.

Como uno de los redes sociales, las propiedades de trabajo de WeChat son muy fuertes y a menudo se convierten en una importante herramienta de comunicación para escuelas y empresas. Al mismo tiempo, para que coincida con las propiedades de trabajo fuertes, su versión de computadora es muy útil. Con el fin de comunicarse de manera eficiente, a menudo enciendo tanto el teléfono móvil como la computadora para la plataforma WeChat. Sin embargo, el dolor que sentí al usar la app se duplica. Porque ya sea que me enfoque en un teléfono celular o una computadora, tengo que seguir el mensaje de tarea en WeChat. Sin embargo, en Bilibili es muy diferente. Es el sitio web más popular para anime, manga, videojuegos y amantes del estudio en China, como youtube. Su naturaleza entretenida me hacen feliz y alegre cuando la uso. Generalmente lo uso para ver videos divertidos, especialmente de perritos y gatitos.

2. La emoción colectiva afecta a la emoción del usuario en el uso de los medios

Además, la emoción colectiva es también un factor importante que influye en la experiencia emocional del usuario. Por ejemplo, podemos considerar los Juegos Universitarios Mundiales en Chengdu, China, como un evento mediático, que ha sido cubierto en todos los aspectos por los medios de comunicación chinos. También vi en la plataforma Little Red Book el contenido de la creación secundaria de los informes oficiales, que en general me dio una emoción positiva, la que me acercó a la emoción colectiva: orgullo, relajación y placer.

Expresión de emociones: el texto se convierte en la herramienta más universal para la comunicabilidad emocional en emociones de medios digitales

El erudito chino Guo Jingping (2007) cree que en el proceso de interacción emocional entre las personas, hay características importantes como la "comunicabilidad emocional." Este es la forma en que interactúan las personas emocionalmente, que es comunicativa; el habla forma parte y es una condición de la comunicación emocional. De las muchas aplicaciones, si son plataformas sociales o no, la mayoría de ellas tienen áreas funcionales sociales (como reseñas, chat privado, etc.), que condenaron el texto a ser la forma más importante de comunicarse emocionalmente con las personas en las plataformas en línea. En mi uso de WeChat, creo que el texto es más conveniente y eficiente la mayor parte del tiempo, a pesar de tener muchas opciones para la comunicación emocional con otros, como video, llamada y mensajes de texto. Incluso en una plataforma de vídeo como Bilibili, me temo que los mensajes o conversaciones privadas son la mejor manera de comunicarse emocionalmente en ambas direcciones o incluso más.

Conclusiones

A través de analizar y comparar las autoetnografías de los cuatro casos acerca del uso de las aplicaciones en su móvil, así como las emociones experimentadas durante el mismo proceso, podemos sistematizar algunas observaciones respecto a esta relación.

Coexistencia de refugio y fuente de ansiedad

Lo que parece una paradoja quizás no lo sea tanto. En este plano es posible detectar dos superficies de emociones por cada parte. Una se compone por una serie de emociones como el comfort y el relajamiento. Como se narra en los pasajes anteriores, de acuerdo con la afición de cada uno, todos tienen una o varias aplicaciones de entretenimiento que les traen tranquilidad y felicidad. Estas forman parte de su refugio de la monotonía de la realidad y los define y distingue de los demás. Esto da cuenta, sin duda alguna, del grado de la personalización del mundo digital, así como el disfrute con que se manejan las redes. Por otro lado, otra reunión de emociones se caracterizan por la angustia y ansiedad con el uso de medios de comunicación. Este caso, sobre todo, se queda reflejado en el uso de WeChat, donde se percibe un desgaste emocional importante a partir de la invasión digital al mundo real a través de un estado de hiperconectividad que, tras los momentos iniciales de sentirse impresionados y agradecidos con la multifunción de dicha aplicación, difunde la línea divisoria entre la vida real y la virtual al convertir el espacio en punto de gestión intensa de estudios y trabajos. Sin embargo, esto no quiere decir que Internet sea el culpable de todas estas emociones presentadas, sino que este último funciona como un facilitador de la comunicación y mejora la conectividad interpersonal, mientras que el que opta por el abuso somos los seres humanos, quienes decidimos incorporarlo con fuerza en nuestra vida haciendo al celular fuente de ansiedad.

Una explicación más precisa puede ser que las emociones que alientan el ánimo (tranquilidad, alegría) o lo desalientan (ansiedad, depresión) se crean mediante el mapeo y la interacción entre los mundos real y virtual. De hecho, el mundo virtual se establece sobre la base del mundo real, el contenido producido anterior se deriva de este último; En otras palabras, no puede haber un mundo virtual sin el mundo real. Aparentemente basada en WeChat, la ansiedad en realidad proviene de una gran cantidad de trabajo de la vida real, y la extensión de las horas y los escenarios de trabajo por WeChat después de que Internet haya borrado los límites entre la realidad y el mundo virtual. Parece estar basados en videos de la vida de la aldea, la tranquilidad y felicidad en efecto proviene de la hermosa aspiración del usuario por la vida rural real.

Mecanismo de reacción: desconexión consciente

Esta comunicación intensa interpersonal facilitada por las redes sociales conlleva el agotamiento y, en algunos de los casos, perjudica de manera relevante el bienestar emocional. A partir de ahí, es posible argumentar un determinado mecanismo de reacción. Al percatarse de las molestias que las aplicaciones traen aparejadas, por ejemplo, la adicción diseñada sofisticadamente por los ingenieros informáticos, y llegan a un punto en que complican la vida diaria, siempre intentan de alguna manera u otra desconectarse del mundo digital, aunque sea de manera temporal, como por ejemplo, desactivar ciertas funciones de estos medios, o incluso, bajarse de los mismos espacios con el objeto de recabar alguna medida de soledad que, en esta ocasión, contribuiría al bienestar psicológico. Por lo tanto, se observa en los casos discutidos un mecanismo de reacción que consiste en una desconexión artificial y consciente.

Emoción reforzada por colectividad virtual

Tal y como se cuenta en la autoetnografía, la emoción se ve influenciada de manera importante por la comunidad virtual en que uno habita el mundo digital. Al facilitar el intercambio de información, también contribuye a la segmentación de las colectividades. En este sentido, o bien por clivaje nacional, como el caso de Juegos Universitarios Mundiales, o bien por clivaje ideológico, como el caso de Weibo, las redes sociales tienen el efecto de, primero, acercar al usuario a la emoción colectiva absolviéndolo al carnaval online y, segundo, reforzar la emoción que uno tenía respecto a un determinado suceso al poder encontrar cámara de eco en este espacio. Por esto, nos parece relevante enfatizar este punto de que el mundo virtual, en este caso, se vuelve una herramienta importante para aliviar el estrés diario mediante la intensificación de emociones y, quizás, un sentido de pertenencia, lo cual apunta a que estamos en este espacio buscando cierto equilibrio entre la soledad y la sensación de comunidad.

WeChat: "microcosmo" de la complicada ecología emocional

Siendo la plataforma de redes sociales más difundida y utilizada en China, WeChat refleja exhaustivamente las emociones vividas por los jóvenes chinos en el mundo virtual. Igual que muchas otras aplicaciones, en el uso de WeChat se integran a la vez los tres principales mecanismos de la emoción propuestos por Cheng (2017): el mecanismo de acabado del trabajo, el de experiencia del consumo y el de actuación de la comunicación. El primero se manifiesta en el hecho de que intentan reprimir sus pasiones y controlar su conducta para encajarse en lo supuestamente regular y normal. El de experiencia

del consumo tiene que ver con la multifunción de WeChat, que permite pagar escaneando códigos QR y que tiene incrustados todo tipo de miniprogramas, tales como los de juegos o de pedir comida rápida. Por último, el mecanismo de actuación, sin duda alguna, está relacionado con el papel de redes sociales de WeChat y sus variadas secciones, por ejemplo, Momentos, Canal, En directo etc. En fin, en cada microcosmo semejante, la gente siempre está recurriendo a estos tres mecanismos para lograr un equilibrio emocional.

Ecología de aplicaciones que impacta

La ecología de diferentes apps, que apunta al uso de diferentes plataformas y sus contenidos, determina en gran medida la emoción generada por los usuarios. En comparación con el "entretenimiento a la muerte" de Tiktok y Auto Quicker, la tendencia consumista femenina de Little Red Book ha estimulado ansiedad sobre la apariencia, el cuerpo, la educación y el trabajo de las mujeres. Para dar otro ejemplo, el uso de alta frecuencia en el trabajo de WeChat lo convierte en una fuente de ansiedad y estrés para un gran número de usuarios.

En conclusión, hemos visto que, en los jóvenes chinos, a quienes tenemos como casos de estudio, las emociones presentaron ciertas alteraciones a raíz de la digitalización de la vida cotidiana. Si bien es cierto que Internet nos ha facilitado la vida en varios aspectos, también ha sido una fuente bien desgastadora en términos emocionales. Desde esta óptica, la investigación nos plantea el desafío de restablecer nuestra forma de convivencia con el espacio digital, en el cual aspiremos a encontrar un punto de equilibrio delicado.

Por otro lado, en el estudio, la autoetnografía ha mostrado su potencia como metodología de investigación en combinación con el contexto virtual. A través de una narración personal, se desnuda el ambiente social en que se da esta vivencia virtual, que es una sociedad china donde existe un acceso bien generalizado a las TICs y que se ha desarrollado un mundo digital muy sofisticado para un sinnúmero de fines. A partir de ahí, en paralelo, cobra importancia la necesidad de prestarle atención a distintos contextos sociales donde el nivel de digitalización varía, por lo que nos parece pertinente hacer un llamado a la cautela al concluir lo que uno se siente en la virtualidad sin tener en cuenta las condiciones sociales.

Bibliografía

- Anderson, L. & Austin, M. (2012). Auto-ethnography in Leisure Studies. *Leisure Studies*, 31(2).
- Bourdieu, P., Passeron, J. C. (2002). *La Reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*, (translated by Xing, K.) Beijing: Commercial Press.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Cheng, B. (2013). The Sociological Significance of Emotions. *Shandong Social Sciences* (03), 42-48.
- _____ (2017). A Sociological Exploration of the Contemporary Emotional System. *Social Science in China* (05), 83-101+207.
- _____ (2021). Self, Mediation and Society: Internet as an Emotional Machine. *Fujian Tribune* (10), 187-201.
- Chen, L. (2023). Information “fog”: analysing the challenges of cyberethnographic research. *Journal of Hui Muslim Minority Studies* (02), 67-79.
- Dong, Chenyu, and Zhang, Ten (2019). Rethinking "lonely socialising": is social media really making us more alienated? *Journalism and Writing* (6), 48-52.
- David Reisman: (2002): *The Lonely Crowd*, Nanjing: Nanjing University Press.
- Gao, T. (2019). *Who Am I on and off the court: the auto-ethnography of the Olympic women's volleyball team of the Olympic Games* (MA Thesis, University of Lanzhou).
- Guo, J. (2007a). The Developmental Path of Western Sociological Theories of Emotions. *Chinese Journal of Sociology* (05), 26-46+206.
- _____ (2007b). Interactive Qualities of Emotions: Exchange, Communication and Equality. *Jiangnan Tribune* (09), 138-142.
- Huan, T. (2023). Why Trapped: An Auto-Ethnography of the Generation of Professional Burnout in a College Advisor. *Journal of College Advisor* (02), 32-37.
- Isupova O. G. (2011). Support through patient internet-communities: Lived experience of Russian in vitro fertilization patients. *International journal of qualitative studies on health and well-being*, 6(3).
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. London: SAGE Publications.
- Kozinets, R.V. (1998). On Netnography: Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture. *ACR North American Advances*, 25(1).
- Li, W., Wu, Z. (2023). “Enlightenment and Self-Help”: A Study of the Academic Breakthrough Journeys of "Second-Catogory Students" Based on Online Ethnography. *China Youth Study* (06), 61-69.

- Lu, W. (2014). Carolyn Ellis' Evocative Auto-ethnography: A research method aiming at living a better life. *Sociological Studies* (06), 221-246.
- Murthy, D. (2011). Emergent digital ethnographic methods for social research. In: Hesse-Biber, S. N. *The Handbook of Emergent Technologies in Social Research*. United States: Oxford University Press,
- Nie, Y. (2022). Industrialised Time and Working Mothers' Childbearing Experiences: An Examination Based on Autoethnography. *Youth Development Forum* (05), 13-22.
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2016). *Digital Ethnography: Principles and Practice*. London: SAGE Publications.
- Scribano, A. (2010). “Cuerpo, Emociones y Teoría Social Clásica. Hacia una sociología del conocimiento de los estudios sociales sobre los cuerpos y las emociones”. En José Luis Grosso y María Eugenia Boito. (Comps.), *Cuerpos y Emociones desde América Latina*. Buenos Aires: CEA-CONICET. UNCa, 15-38.
- Polidori, A., & Di Tomasso, L. (2022). Young Sicilian People facing Covid-19: Experiences and Sensibilities in relation to their families in the context of isolation. *Sciences et Actions Sociales*, 18.
- Wang, Z. (2020). The Auto-ethnography of the First Generation of Rural College Students. *Social Sciences of Beijing* (05), 26-36.
- Wu, M., Hu, Y. (2021). “Publication Anxiety” among Young Teachers: Psychological Impact and Coping Strategies. *Modern University Education* (03), 88-94.
- Yang, Q., Guo, Q. (2020). Media, Audience and Power: an Autoethnography of a Female Sport Fan. *Sports & Science* (03), 79-85.
- Zhang, Q., Liu, Q. (2021). The Unequal Rich Son: A Study of the Learning Experience of Small Town Exerciser Based on Internet Ethnography. *China Youth Study* (06), 68-76.