

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

“#Yosoy132 en Facebook: un análisis de las imágenes del movimiento desde su inicio hasta la toma de protesta de Enrique Peña Nieto”

TRABAJO
RECEPCIONAL

PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA
EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA:

Irais Viridiana Morales Méndez

Director del trabajo recepcional

Dra. Marta Rizo García

México, D.F. Mayo, 2015

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

Agradecimientos

A mis padres que son mi soporte emocional, a la doctora Marta García Rizo, por su paciencia y motivación. Y naturalmente para Alejandro de la Garza, a quien no le gustan los halagos, pero es bien merecedor de ellos.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO GENERAL.....	3
CAPÍTULO II. LAS DESIGUALDADES Y LAS SIMILITUDES DE LOS MOVIMIENTOS SOCIALES.....	8
2.1 CONTEXTO DE LOS MOVIMIENTOS SOCIALES 2011-2012.....	9
2.1.1 <i>PRIMAVERA ÁRABE: TÚNEZ</i>	9
2.1.2 <i>EGIPTO</i>	11
2.1.3 <i>MOVIMIENTO OCUPPY WALL STREET.....</i>	12
2.1.4 <i>CHILE</i>	15
2.1.5 <i>QUEBEC.....</i>	18
2.2 EL CONTEXTO SOCIAL Y POLÍTICO EN MÉXICO 2011-2012.....	20
2.2.1 <i>LA GUERRA DEL NARCOTRÁFICO.....</i>	20
2.2.2 <i>EL ESTADO EN CRISIS DE CREDIBILIDAD.....</i>	26
2.2.3 <i>ELECCIONES PRESIDENCIALES.....</i>	29
2.3 SURGIMIENTO DEL MOVIMIENTO #YOSOY132.....	33
2.3.1 <i>DESPLAZAMIENTO: DEL INTERNET A LAS CALLES.....</i>	38
CAPÍTULO III. ESTADO DEL ARTE.....	41
3.1 LAS IMÁGENES: UN MENSAJE PODEROSO EN INTERNET	42
3.1.1 <i>LA VINCULACIÓN DE LAS IMÁGENES AL ASPECTO SOCIAL</i>	44
3.1.2 <i>SOBRE EL MOVIMIENTO MAGISTERIAL-POPULAR DE OAXACA EN 2006:</i>	54
3.1.3 <i>LA IMAGEN COMO NUEVA COMUNICACIÓN DE LOS MOVIMIENTOS SOCIALES.....</i>	54
3.1.4 <i>LA SEMIÓTICA DE LA IMAGEN</i>	58
CAPÍTULO IV. MARCO TEÓRICO.....	61
4.1 USO POLÍTICO DE LAS REDES SOCIALES. DEL TERRITORIO DE SOCIALIZACIÓN AL TERRITORIO POLÍTICO Y SUS DISCURSOS	63
4.1.1 <i>REDES SOCIALES Y POLÍTICA.....</i>	70
4.1.2 <i>RETÓRICA DE LA IMAGEN Y SU RELEVANCIA EN EL ESPACIO VIRTUAL</i>	72
4.1.3 <i>SEMIÓTICA DE LA IMAGEN VISUAL</i>	76

4.1.4 LA ÉCFRASIS COMO TEORÍA DE LA DESCRIPCIÓN.....	82
4.1.5 LA MIMESIS COMO ELEMENTO DE REPRESENTACIÓN	83
<u>CAPÍTULO V. ESTRATEGIA METODOLÓGICA.....</u>	86
5.1 DEFINICIÓN DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	90
5.1.1 SELECCIÓN DE MUESTRA E INSTRUMENTO.....	95
5.1.2 RUTA METODOLÓGICA.....	95
5.1.3 PROTOCOLO DE ANÁLISIS	101
5.1.4 TIPOGRAFÍAS	102
<u>CAPÍTULO VI. INTERPRETACIÓN.....</u>	106
6.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS IMÁGENES.....	107
6.1.1 ELEMENTOS SEMIÓTICOS-DISCURSIVOS DE LAS IMÁGENES.....	112
6.1.2 LA FORMA SINTÁCTICA (EL CÓMO)	113
6.1.3 ELEMENTOS PRAGMÁTICOS	115
6.1.4 ÉCFRASIS REFERENCIAL.	119
6.1.5 ELEMENTOS RETÓRICOS	132
6.1.6 MAPA DE DEFINICIONES	136
6.1.7 SOBRE LOS SUJETOS EMISORES	148
<u>6.2 OTROS ELEMENTOS QUE DEBEN TOMARSE EN CUENTA:</u>	149
6.2.1 IMÁGENES EN BLANCO Y NEGRO	150
6.2.2 IMÁGENES CARICATURIZADAS.....	150
6.2.3 IMÁGENES ICÓNICAS	151
<u>6.3 INTERPRETACIÓN GLOBAL.....</u>	152
6.3.1 ANÁLISIS TIPOGRÁFICO.....	168
<u>CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES</u>	178
<u>FUENTES CITADAS</u>	181
<u>VIDEOS CITADOS.....</u>	190
<u>ANEXOS. ARCHIVO ELECTRÓNICO. CD.....</u>	191

Introducción

“En nuestras sociedades latinoamericanas, el rasgo que menos ha variado y más ha viajado a lo largo de tres décadas es la desigualdad. Esta desigualdad, tristemente, nos iguala”
Carlos Monsiváis, *Las esencias viajeras, hacia una crónica cultural del bicentenario de la independencia*. 2012, FCE.

En México los movimientos sociales son cada vez más desafiantes, creativos y atrevidos. La intención de realizar este trabajo es aportar un análisis sobre las imágenes del movimiento #Yosoy132 que circularon por Facebook en el marco de las elecciones presidenciales del 2012, teniendo en cuenta que la imagen tiene altos niveles comunicativos.

Desde Canadá hasta Argentina y Chile se buscan los derechos humanos más elementales: educación, democracia, justicia social; pero ahora se añade a esas demandas locales el fenómeno de la globalización, lo que significa que esas manifestaciones ya no son locales, ahora son del mundo gracias a la exploración de nuevos escenarios para el posicionamiento de sus mensajes. En el capítulo uno presento el planteamiento general de mi trabajo y los objetivos que pretendo alcanzar con esta investigación, planteando la importancia de las imágenes como mensajes plurales, que se posicionan dentro de las redes sociales, creando nuevos espacios políticos y valores culturales. En el capítulo dos describo el contexto de los últimos movimientos sociales acudiendo a datos de blogs, videos y notas periodísticas, ubicando los acontecimientos comunicativos que significaron un replanteamiento en el uso de las redes. También contextualizo mi objeto de estudio y recorro la situación de México y su paso por la guerra del narco, para concluir en el inicio de las elecciones presidenciales, donde surge el movimiento #Yosoy132, que se suma a la reciente oleada de movimientos que exploran las redes como un lugar político, creando discursos para difundir sus necesidades e inconformidades.

El Estado del Arte, capítulo tres, exploro siete textos que ofrecen distintas perspectivas sobre el lugar que ocupan las imágenes y la producción visual de los movimientos sociales en las redes. Ubicó también las formas peculiares de comunicación creadas por estos movimientos, así como los análisis semióticos sobre las imágenes políticas, la

gráfica política contemporánea y los imaginarios construidos en los espacios virtuales en la era del internet.

El capítulo cuatro es el marco teórico, donde se describen las distintas teorías que permiten revisar las imágenes del movimiento #Yosoy132, su modalidad retórica, sus significados connotativo y denotativo, sus componentes técnicos (colores, ejes, tipografía), así como los distintos estereotipos a los que remiten, para aproximarse al significado simbólico del mensaje. En el capítulo cinco se describe la estrategia metodológica a seguir para clasificar las imágenes y sus mensajes, ya que una imagen no es algo vacío, sino que se encuentra lleno de elementos que configuran una ideología, un momento histórico y, por lo general, enfatizan necesidades sociales. Por último, en el capítulo seis se elabora un análisis más complejo, intentando ver aquellos elementos que no pueden observarse a simple vista, por ejemplo el significado de los colores, la posición de los elementos, el uso de las figuras retóricas, e incluso algunos errores de configuración técnica. Se utiliza el concepto de mimesis para describir el tipo de historia que se está contando a partir de todo ello, señalando al emisor y receptor de los mensajes.

La última parte del análisis son las conclusiones, donde se comprueba qué era realmente lo que buscaba posicionar el movimiento #Yosoy132 en sus mensajes, también cuál era su exigencia más importante, dentro de la muestra iconográfica de este trabajo, y comprobar si realmente los elementos simbólicos de las imágenes impulsaron su movimiento en Facebook o viceversa.

Las imágenes aportan una carga ideológica tan sutil, que ya no se alcanza a percibir porque se encuentran insertas en nuestro mundo cotidiano. Lo visual es parte de lo que está a nuestro alrededor. Comunicativamente son un mensaje accesible, mediante el cual se transmiten una serie de valores, tenemos por ejemplo, las imágenes religiosas, sexuales, sobre la moda y publicitarias. Con este trabajo pretendo recopilar lo que una serie de imágenes políticas dicen de sobre las necesidades de un país.

Capítulo I. Planteamiento general

En este apartado se expone que tipo de investigación es ésta, la hipótesis que la originó, así como sus objetivos generales y particulares. También se describe por qué la importancia de analizar las imágenes del movimiento mexicano #Yosoy132, haciendo énfasis en que fue una producción distribuida en su mayor parte a través de redes sociales.

En la actualidad se ha puesto mucha atención al uso de las redes sociales, ya sea para analizar cómo influye su uso en las relaciones afectivas y publicitarias o para ver su impacto en el aprendizaje. Sin embargo, ahora también se comienzan a mirar desde una perspectiva política, ya que los usuarios encuentran dentro de esas plataformas, particularmente dentro Facebook y Twitter, un espacio de activismo social, creando nuevas estrategias de comunicación para hacer conocer sus derechos y demandas, pero sobre todo para hacerse globalmente visibles.

La descalificación de los movimientos sociales por parte de los medios de comunicación hegemónicos es un tema constante, al menos en nuestro país. El origen de todo movimiento social se da en el marco de una fisura del sistema político. Justamente esa coyuntura es un espacio que se origina para obtener (o en algunos casos arrebatarse) derechos sociales o económicos, una oportunidad donde la sociedad establece una petición y exige por parte del Estado un cumplimiento.

Han pasado casi tres años del movimiento estudiantil #Yosoy132, ese movimiento que originó un revuelo dentro de las redes sociales. El ejemplo ya se había dado en el año 2010 con la primavera árabe, donde miles de ciudadanos de Túnez se congregaron para solicitar el derrocamiento de su líder Ben Alí y pedir reformas económicas justas. Posteriormente, el movimiento Occupy Wall Street en Estados Unidos utilizó las redes sociales e internet para fortalecer su protesta anti-capitalista.

En el contexto de las elecciones presidenciales en México, el país se encontraba sumergido en una crisis de credibilidad hacia el Estado y los medios; los jóvenes, un sector que había sido golpeado por la guerra contra el narcotráfico emprendida por Felipe Calderón, se manifestaban y ridiculizaban los discursos calderonistas. Esa fue la primera vez que, literalmente, se veían las voces de los inconformes.

Durante los procesos electorales la producción de carteles y de imágenes políticas dentro de internet fue cobrando fuerza y creatividad, de ahí que el 11 de mayo de 2012, tras la visita del candidato presidencial Enrique Peña Nieto a la Universidad Iberoamericana, se expande la protesta y surge el movimiento #Yosoy132.

Por esa razón ubico esta investigación dentro del área de movimientos sociales y comunicación, pero concretamente centraré el análisis en las imágenes que circularon por Facebook. Considero que la gráfica política de un movimiento social distribuida por redes sociales ha sido un tema poco explorado, ya que es un fenómeno reciente. Lo que pretendo lograr con mi trabajo, entre otros objetivos, es rescatar la producción gráfica en redes del movimiento #Yosoy132, porque la memoria de un país debe ser algo vivo y en constante evolución, sobre todo ahora que la conectividad permite hacer visible voces inconformes.

La lucha silenciosa mediante las redes fue crucial para mantener cautivos a seguidores que compartían la causa del movimiento, principalmente jóvenes. De ahí se deriva el siguiente cuestionamiento general: ¿Cuál es el discurso construido por el movimiento #Yosoy132 en su producción gráfica distribuida vía redes sociales?

De esa interrogante se desprenden otras, para aproximarnos y entender el fenómeno: ¿Por qué se distribuyó principalmente vía redes sociales? ¿Cómo es que el movimiento logró empoderarse visualmente? ¿Qué elementos ideológicos cubren la gráfica del movimiento? ¿Cómo es la configuración que la constituye?

El propósito de esta investigación es clasificar y describir a profundidad cuarenta imágenes del movimiento #Yosoy132, desde su surgimiento en mayo de 2012 hasta la toma de protesta como presidente del candidato priista Enrique Peña Nieto. Para ello me propongo identificar la ideología de las imágenes producidos por el movimiento, los elementos comunicativos que las componen, así como documentar la historia del movimiento; ya que algo destacable en la propuesta del movimiento en comparación con los últimos estallidos sociales, como el zapatismo o el 68 en México, es la sátira y el humor, sin perder de vista el factor de la crítica social y la reflexión.

En las imágenes de los movimientos sociales se observan elementos algunas veces simples, pero en otras ocasiones, ideas complejas que plasman bajo una luz distinta el contexto y descontento en el que se vive. Uno de los puntos cruciales por los que decidí escoger este tema, es porque si se mira la producción visual de esas protestas se puede entender mejor una parte de la realidad social.

A partir del 30 de marzo de 2012, en México arrancaron oficialmente la campaña presidencial, ya con los candidatos definidos y registrados oficialmente: Enrique Peña Nieto por el Partido Revolucionario Institucional (PRI), quien fue en alianza con el Partido Verde en la llamada “Coalición por México”; Josefina Vázquez Mota por el Partido Acción Nacional (PAN), y Andrés Manuel López Obrador por el Partido de la Revolución Democrática (PRD), junto con el Partido del Trabajo (PT) y el Movimiento Ciudadano (MC).

Los juegos electorales entraron en vigor, pero con nuevas restricciones. En el 2008 el Instituto Federal Electoral (IFE) declaró que dentro de sus funciones sería el único responsable del tiempo de radio y televisión destinado a los anuncios de campaña. Con el tiempo contabilizado por el instituto, los candidatos tuvieron que idear nuevas formas de aparecer en los medios, pero el candidato del PRI había garantizado, primero mediante su puesto de gobernador, y después como pareja de la actriz de Televisa, Angélica Rivera, un espacio en los teleprogramas de chismes y en las revistas del corazón como *Hola*, *Quién*, *Caras* y *Times*, garantizando su aparición pública sin necesidad de utilizar los tiempos supervisados por el IFE.

México tiene una larga historia de movilizaciones. Cada una de ellas pidiendo derechos y necesidades muy específicas. El más sobresaliente de esos movimientos fue el de 1968, que constituyó una coyuntura dentro del sistema político mexicano; su magnitud e influencia originó en las calles una participación creativa y solidaria.

Eduardo Nivón (1998) afirma que la oferta cultural de un solo individuo, dentro del contexto político pierde su valor y deja de formar parte de la comunicación que permite una identificación con el campo social, pero que en el contexto de las prácticas culturales de los movimientos sociales, esa manifestación solitaria adquiere una importancia política e influye en la capacidad de identificación con amplios sectores de la población. Nicolas Mirzoeff (2003), por su parte, plantea el concepto de cultura visual. De acuerdo con este autor, la cultura visual no depende de las imágenes en sí mismas, sino de la tendencia moderna a representar la existencia de la vida cotidiana. La importancia de esa definición realza la producción simbólica de los movimientos sociales, pues son en sí mismas estructuras generadas de un sistema político autoritario, convirtiéndose en representaciones plurales.

Con el movimiento #Yosoy132 se logró convertir la imagen en una imagen virtual, desafiando las mismas convencionalidades simbólicas del activismo social. Y es que con los medios de comunicación oficiales en manos de la iniciativa privada, se hizo y se hace muy difícil la apertura a las distintas voces que conforman el país; es por eso que la voz dominante encontró su contrapeso en las redes sociales.

Siguiendo a Nicolas Mizoeff (2003), la tecnología permite que los anuncios publicitarios y cualquier tipo de imagen sea vista por cientos o miles de individuos a través del mundo, creando un tipo de interacción debido a la multiplicidad de las interpretaciones, lo que convierte a la imagen en un medio democrático por la pluralidad de individuos que logran decodificarla.

Este trabajo se emprende tomando en cuenta ciertas consideraciones: el movimiento #Yosoy132 logró legitimar su activismo frente a los medios de comunicación hegemónicos gracias a la fuerte respuesta y posicionamiento que tuvo en redes sociales, pero principalmente por su aceptación; también considero que las imágenes distribuidas por la red contienen elementos visuales cargados de gran materia cultural, que nos hablan sobre los individuos y el contexto por el que atravesamos; por último, considero que la red es uno de los lugares que constituye un campo de acción para los movimientos sociales y que fue utilizada como vehículo para crear una empatía respecto a la inconformidad social, económica y política.

El tipo de investigación que realicé fue aplicada y mixta, ya que aprovechando los conocimientos aprendidos a lo largo de la carrera busco aportar datos que contribuyan a entender la gráfica política del movimiento estudiantil. La imagen producida por los movimientos sociales nos interroga, cuestiona al Estado y señala su falta de responsabilidad con la gente, pero también contiene elementos comunicativos que la colocan como una estrategia para diferenciar a un movimiento de otro, un momento de otro, etcétera. Los distintos análisis que se han hecho sobre la comunicación visual apuntan a descubrir qué es lo que el emisor quiso plasmar en su obra, eso en un primer enfoque, y en un segundo, lo que el receptor de ese mensaje captó. En este análisis me centro en observar carteles expuestos bajo un determinado contexto y bajo parámetros simbólicos marcados, originando una investigación enfocada en sus elementos semióticos, discursivos e intertextuales.

Capítulo II. Las desigualdades y las similitudes de los movimientos sociales

En este apartado se hace una breve revisión sobre los últimos movimientos sociales acontecidos durante 2011 y 2012 en el mundo. La reconstrucción está basada en videos, conferencias, artículos periodísticos, portales de internet, blogs, estadísticas de particulares, organizaciones gubernamentales y diversas ONG, y se hace con la finalidad de contextualizar el uso de las nuevas tecnologías. El propósito es hacer una reconstrucción de los momentos en que distintos movimientos sociales comenzaron a utilizar Facebook, Twitter, YouTube e internet en general, para hacer globales sus protestas y exigencias. Finalmente se aterrizará en México con el movimiento #Yosoy132, que también resignificó el uso de las nuevas tecnologías e implantó una nueva forma de hacer y criticar la política mediante sus manifestaciones y dejando un registro en imágenes.

2.1 Contexto de los movimientos sociales 2011-2012.

2.1.1 Primavera árabe: Túnez

Ya han pasado tres años del movimiento 132; los ánimos combativos parecieron disiparse después de que Enrique Peña Nieto rindió protesta como nuevo presidente de México. Hubo disgusto que se transformó en ira y luego en marchas que culminaron con detenciones arbitrarias el primero de diciembre de 2012. Los estudiantes que iniciaron el movimiento, en su mayoría de universidades públicas y privadas, tuvieron un papel participativo y comprometido. Algunos medios de comunicación llamaron a esas manifestaciones La Primavera Mexicana, pero ¿por qué primavera? Por supuesto la metáfora sugiere un comparativo político con los movimientos originados en los países árabes.

Las movilizaciones sociales tienen su origen en conflictos profundos generados en ocasiones por los Estados. En el caso de la llamada primavera árabe, las principales naciones que iniciaron la revuelta fueron Túnez, Egipto y Libia. De acuerdo con Matías Concha (2012) las movilizaciones árabes fueron representadas en su mayoría por jóvenes que no veían ningún futuro para ellos dentro de los regímenes autoritarios de sus países. En Túnez y Egipto la población que salió a protestar era menor de 30 años y con un nivel educativo alto; las masas empobrecidas de esos países se unieron a la causa debido a las políticas económicas implementadas (en el caso de Túnez) por su ex líder Ben Alí para hacer frente a la crisis económica del 2008.

El descontento inició cuando Mohamed Buazizi, de 26 años, se inmoló frente a la plaza principal de Sidi Bouzid, una pequeña ciudad tunecina, evidenciando la falta de oportunidades para los jóvenes. Buazizi era graduado en informática, pero para sobrevivir atendía un pequeño negocio de verduras que le fue confiscado por el gobierno al no tener una licencia que le permitiera ofrecer sus productos. Al perder su única fuente de ingreso para sostenerse él y su familia, decidió prenderse fuego frente a la sede de gobierno. La insurrección se extendió por todos los países árabes provocando grandes revueltas e incluso guerras, como la que aún se libra en Siria.

De acuerdo con Rodríguez (2011), el Programa de Desarrollo de Naciones Unidas y la Liga Árabe reportó que 40 por ciento de la población en esos países, (aproximadamente 140 millones de personas), se encuentra por debajo del índice de la pobreza y la cifra no ha mejorado en los últimos años.

Por su parte, el censo realizado por UNICEF [en línea] del 2007 al 2011 en Túnez, revela que la tasa de alfabetización de jóvenes entre 15 y 24 años (hombres) es de 98 por ciento, mientras que la tasa de alfabetización (mujeres) entre 15 y 24 años es de 96 por ciento. Otro dato, según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) [en línea] revela que la tasa de desempleo para los jóvenes en 2012 era del 28.3 por ciento, tendencia que aumentará al 30 por ciento para el 2018. Las regiones que presentaron un impacto más dramático en esas estadísticas fueron Medio Oriente y el norte de África.

La revuelta tunecina contenía peticiones que eran un espejo a nivel global, por eso se dice que “fue la mecha” que prendió una serie de revueltas por los distintos países árabes. Túnez cuenta con una población cercana a los 11 millones de habitantes, de las cuales sólo 39 por ciento tiene acceso a internet. Varios de los análisis leídos hasta el momento se aventuran a plantear como hipótesis que internet y las redes sociales fueron una herramienta menor en la revuelta. Aquí las exigencias de la protesta, así como su consolidación, fueron propiciadas en su mayoría por la prensa internacional que cubría las manifestaciones, y por una población con una gran cantidad de dispositivos móviles, ya que por cada 100 habitantes había 117 teléfonos celulares. Eso les permitió a los jóvenes difundir imágenes de las represiones y atropellos por parte del Estado y consolidar su movilización, que finalizó con el derrocamiento de Ben Alí el 14 de enero de 2011.

2.1.2 Egipto

El caso de Egipto fue similar al de Túnez en términos políticos y económicos. Al inicio de la revuelta, el 25 de enero de 2011, el presidente egipcio Hosni Mubarak cumplía 30 años gobernando el país. Ciudadanos, en su mayoría jóvenes, salieron a las calles para exigir el derrocamiento del líder; pero, tras la primera protesta, el gobierno ordenó bloquear Twitter para luego dispersar y detener a los manifestantes en la plaza Tahrir.

Datos de UNICEF [en línea] revelan que para 2011 Egipto contaba con poco más de 82 millones de habitantes, con 31 por ciento de la población entre 14 y 29 años, y una edad promedio de 24 años. Al igual que en Túnez, 91 por ciento de los hombres y 84 por ciento de las mujeres cuentan con educación; una ciudadanía joven y alfabetizada.

Las condiciones políticas y el reciente levantamiento en Túnez fueron el ejemplo para que la gente saliera a las calles de El Cairo a manifestarse. La represión utilizada contra los manifestantes alentó acciones violentas contra el Estado egipcio representado por Mubarak. La hipótesis de la revuelta egipcia para alzarse contra ese régimen se encuentra en constante debate, ya que algunos medios de comunicación afirman que internet sólo fue un vehículo que permitió la propagación de la protesta. De acuerdo con UNICEF [en línea] el porcentaje de usuarios con acceso a internet en Egipto es del 36 por ciento de la población, 3 por ciento menos que en Túnez; si consideramos esto, tenemos que para consolidar su revolución la población en general utilizó menos las redes sociales para expandir y manifestar los problemas que enfrentaban. Al igual que en Túnez, el número de usuarios de teléfonos celulares fue mucho más evidente, pues los mismos datos de UNICEF revelan que el número de teléfonos celulares es de 101 por cada 100 habitantes.

El uso de las nuevas tecnologías se torna aún más interesante, ya que después de varios días de protesta en Egipto, el gobierno decidió contraatacar, deteniendo a miles de manifestantes, ocasionando la muerte de tres personas y censurando a los medios de comunicación. El 28 de enero de 2011 el gobierno decidió cortar la conexión a internet tras la muerte de 70 personas en el llamado “viernes de ira”. Tras varios

enfrentamientos entre la oposición y los manifestantes pro-Mubarak, el líder egipcio comienza a hacer movimientos estratégicos dentro de su cúpula de poder, aunque insiste en no retirarse del mando del gobierno por completo. Tras varias detenciones de periodistas, entre ellas la del ejecutivo de Google, Wael Gonehim, líderes internacionales pedían una transición inmediata en el gobierno. Finalmente, el 11 de febrero de 2011 el vicepresidente egipcio, a quien Mubarak había delegado las responsabilidades del poder, anuncia que el presidente cede su mando al ejército. Hoy todavía las desigualdades, la pobreza y la falta de una adecuada libertad de expresión continúan siendo un problema grave en Egipto.

Aunque en las manifestaciones árabes las redes sociales no ocupaban un papel central, sí fueron un medio para difundir cada foto captada desde un celular, el video del desalojo o de las miles de personas reunidas en protesta, así como los abusos de autoridad. Esto se infiere de la información consultada para este capítulo, principalmente notas periodísticas y documentales.

2.1.3 Movimiento Occupy Wall Street

Para comprender la protesta de los *ocupas* debemos saber que el hilo conductor que teje la similitud entre este movimiento y los de la primavera árabe es la crisis financiera de 2008. En España, por ejemplo, un pequeño grupo de personas inconformes con los políticos y banqueros, decidieron salir a protestar pacíficamente exigiendo que los banqueros retiraran sus manos de la política española. Deciden protestar en la plaza Puerta del Sol en Madrid, el monumento principal de la capital; pero no sólo protestan, deciden tomar la plaza y acampar. El gobierno español de inmediato la desaloja.

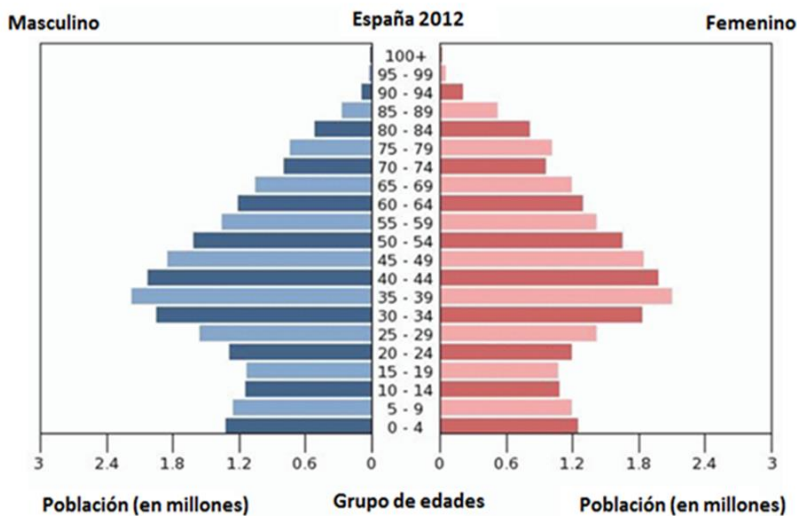
La manifestación en España cobra una relevancia porque se lanza una página en internet llamada ¡Democracia REAL Ya! El grupo inicial de personas que protestaba se incrementó, y en 58 ciudades de España se organizaron en grupos para hacer un reclamo simultáneo ante el desalojo. El caso de las ciudades españolas fue el primer antecedente en el que abiertamente las redes sociales ocuparon un papel central para hacer global la protesta, ya que de acuerdo con el portal Index Mundi [en línea] en

España, las condiciones culturales y el acceso a internet tuvo mucha más penetración que en las naciones árabes, con un 67.2 por ciento, lo que equivale a 31 millones de personas en el 2012.

Con la intensidad de las protestas en España, la plataforma ¡Democracia REAL Ya! Comenzó a promover la Movilización Mundial del 15 de Octubre de 2011. A esa convocatoria se responde con marchas en 1051 ciudades de 90 países. En Europa participaron Francia, Italia, Bélgica. En Latinoamérica Chile, República Dominicana, México y Estados Unidos. Mientras, en España, continuaban las movilizaciones que repudiaban las medidas económicas que castigaban a la población.

Con la crisis las noticias más graves llegaron de Grecia y España, con un gran número de personas sin trabajo, suicidios, paros y violencia.

En la gráfica de la izquierda la población se distribuye a lo largo del eje horizontal, así se observa a los hombres a la izquierda y las mujeres a la derecha.



Fuente de la gráfica CIA World Fact Book: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2012.html>

A menos que se indique lo contrario esta información es correcta hasta el 21 de febrero de 2013.

Las poblaciones masculinas y femeninas se dividen en grupos de edad de 5 años representados como barras horizontales a lo largo del eje vertical, con los grupos de edad más jóvenes en la parte inferior y el más antiguo en la parte superior. La forma de la pirámide de población evoluciona gradualmente con el tiempo sobre la base de la

fecundidad, la mortalidad y las tendencias de la migración internacional, así lo indica la página de la CIA [en línea]. Se observa por ejemplo que la población de 35 y 39 años en España es la predominante, le siguen los de 40 y 44. Según la última oleada del

observatorio de redes sociales publicado en abril de 2012 por The Cocktail Analysis [en línea] en España, el porcentaje de internautas con una cuenta en redes sociales durante el 2011 es de 91 por ciento, de los cuales los usuarios de 16 a 24 años son los más activos. Aunque no sean una población representativa en la gráfica anterior, se muestra mediante el dato que son los que más utilizan la red.

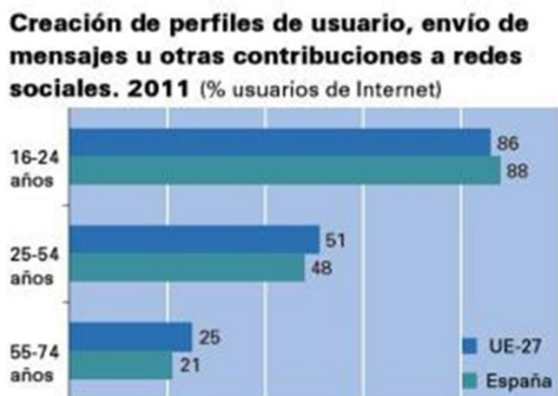


Gráfico extraído del estudio del INE sobre internet en España

Después de esas manifestaciones, en América Latina la crisis social y económica comenzó a cobrar los primeros estragos. La educación pública superior comenzaba a ser un lujo que ciertos gobiernos no podían pagar. Los ciudadanos de Estados Unidos, motivados por las movilizaciones en Europa de inmediato encontraron al “culpable” de la crisis que hundía a las sociedades e incrementaba la desigualdad; su señalamiento fue para el sector financiero de Wall Street. Uno de los fundadores de la revista canadiense anticapitalista *Adbusters*, Bill Schmalz, desde Canadá lanzó a través de un correo electrónico la convocatoria para salir y protestar contra el sector financiero de Nueva York, culpándolo de las desigualdades sociales y reprochando que en el mundo sólo existe un 1 por ciento de la población que es inmensamente rica, frente al 99 por ciento que no lo es.

El movimiento decide entonces acampar en la plaza Zucotti, centro del sector financiero de Manhattan, haciéndose visibles a los corporativos, objetivo central de la protesta. La convocatoria que se originó en Canadá, tuvo un eco en todas partes del mundo, y así, en varias ciudades la gente salió para ocupar los centros financieros y señalar la avaricia corporativa.

Los primeros *ocupas* eran en su mayoría jóvenes que se colocaron en la plaza con sus casas de campaña, fueron reprimidos y desalojados por la policía, imágenes que fueron distribuidas a través del canal de internet YouTube. Mientras más violenta era la represión, los manifestantes fueron incrementando su nivel de activismo en las redes, hasta que los medios de comunicación estadounidenses, en un intento por dismantelar al movimiento, comenzaron a cuestionarlo, lo que ocasionó que poco a poco más gente se sumara a la protesta. Para ese entonces el movimiento era apoyado por celebridades, lo que le dio gran credibilidad en Estados Unidos.

El movimiento pronto se reforzó con la ayuda de intelectuales de las universidades más prestigiadas de Estados Unidos. También el diario *The New York Times* [en línea] afirmó en una editorial que “la inequidad extrema es el sello de una economía disfuncional, dominada por un sector financiero impulsado en gran medida por la especulación, la estafa y el respaldo gubernamental”.

El movimiento Ocupa Wall Street intentó resistir, pese a fuerte represión que recibió por parte del gobierno estadounidense. A pesar de ello creó un precedente en términos de producción de imágenes que de igual forma se difundieron por internet.

2.1.4 Chile

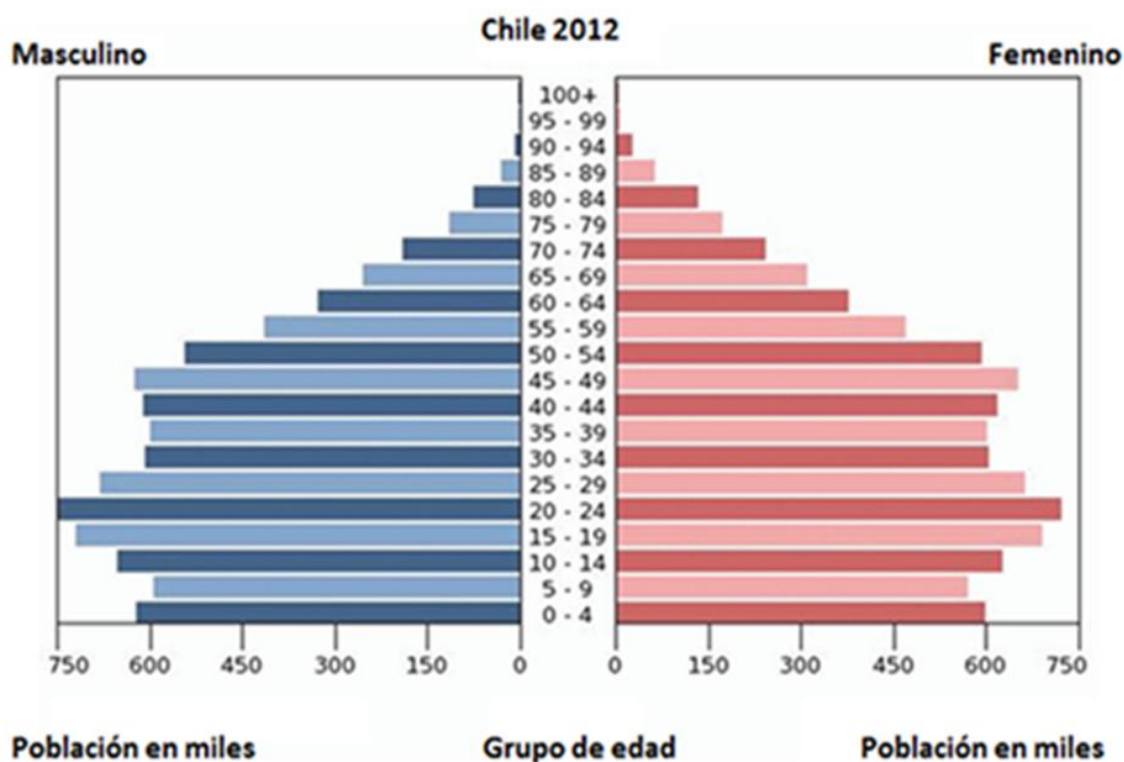
El inicio de la revuelta chilena se da en 2006, con la llamada “revolución de los pingüinos”, donde miles de jóvenes de las escuelas secundarias salieron a protestar por la privatización de la educación, que se encuentra mayormente en manos del sector privado.

El origen de esa inconformidad se debe a la promulgación, por parte de Pinochet en los años ochenta, de la Ley Orgánica Constitucional de Enseñanza (LOCE) [en línea], que básicamente delega al sector privado la educación del país y sus contenidos, dejando al Estado sólo el papel de regulador.

El problema con la educación chilena es que los costos para enviar a un hijo a la universidad y darle una educación de calidad se disparan porque la mayoría de las instituciones educativas son privadas. De acuerdo con información de la cadena BBC MUNDO *¿Por qué es tan cara la universidad en Chile?* [en línea] el 25 por ciento del sistema educativo es financiado por el Estado, mientras que el 75 por ciento restante depende de los aportes de los estudiantes; así, la educación gratuita sólo está garantizada en el nivel básico. A partir de la secundaria, las escuelas pueden cobrar cuotas. En tanto, todas las universidades –públicas y privadas– cobran tarifas y las familias carecen de recursos para enviar a sus hijos a las universidades. La lucha estudiantil se propuso como objetivo exigir a los gobiernos una mayor participación del Estado en el esquema educativo y también una educación pública de calidad.

Han pasado nueve años desde la movilización pingüina y la problemática de la educación en Chile continua vigente. De acuerdo a las notas periodísticas y portales consultados, la movilización se ha dividido en dos momentos; el primero fue la revolución en los liceos en el año 2006, que concluyó con el reemplazo a la ley LOCE por la Ley General de Educación en 2009. El segundo momento ocurre en el 2011, cuando los estudiantes salen a las calles porque existe aún inconformidad con el sistema educativo chileno.

Chile cuenta con una población cercana a los 17 millones, de los cuales el 58.6 por ciento, o sea, 10 millones son usuarios de internet. De esa población la mayoría de las personas oscila entre los 14 y 25 años.



Fuente: CIA World Fact book: http://www.indexmundi.com/chile/age_structure.html - A menos que se indique lo contrario, la información en esta página es correcta hasta el 21 de febrero de 2013.

Con los datos anteriores quiero reiterar que la mayor parte de las movilizaciones que se han dado en ese país han sido entre personas jóvenes que, debido a sus condiciones culturales, utilizan internet y las redes sociales para extender sus demandas. Pese a que el movimiento chileno utilizó las redes sociales no puede establecerse un comparativo con los indignados de España o los *ocupas*, ya que las demandas del movimiento estudiantil eran muy específicas. Así lo aclara la revista temática Monografica.org:

“La revolución de los pingüinos» –llamados así por el uniforme que llevan los estudiantes secundarios: camisa blanca, chaqueta azul y pantalones grises, que tiene una semejanza con los pingüinos– llevó a los estudiantes secundarios a marchar por las calles reclamando por una mejor educación pública y exigiendo un rol más activo por parte del Estado. Esta «revolución» se inició en abril de 2006 y es el precedente directo de lo generado en 2011 por los estudiantes en Chile, por tanto, es un equívoco

establecer una derivación de los «los indignados» o 15 M de España para el movimiento estudiantil chileno de 2011” [en línea]

Conforme el movimiento chileno fue ganando terreno, también se fue radicalizando, ya que los estudiantes no encontraban una solución profunda a sus demandas. Al movimiento estudiantil le tocó atravesar el cambio de poder; de exigir su pliego petitorio a Michelle Bachelet, ahora exigirían el cumplimiento de sus demandas al nuevo presidente Sebastián Piñera. El cambio presidencial también trajo fuertes enfrentamientos con los carabineros, detenciones arbitrarias multitudinarias y represión a las manifestaciones en las calles.

El gobierno de Piñera mostró su autoritarismo al prohibir las manifestaciones estudiantiles el 3 de marzo de 2011. Ante eso, los jóvenes comienzan a desafiar esa prohibición con manifestaciones alternativas, convocadas a través de Facebook y Twitter.

Algunas acciones fueron un baile a la *Thriller* de Michael Jackson frente al palacio de la Moneda (Castro, 2011 [en línea]), un suicidio colectivo en el Paso Ahumada, principal avenida de Santiago (El Dínamo [en línea]), el llamado “Gagazo por la educación” donde 500 personas bailaron *Judas* de Lady Gaga (Kader [en línea]) entre otras. Para esas acciones utilizaban las redes sociales y así encontraban forma de coordinarse, mientras que a la par, ya por esos años, daba inicio la primavera árabe.

2.1.5 Quebec

Siguiendo las manifestaciones estudiantiles, tenemos a los universitarios de Quebec, que en febrero de 2011, cinco meses antes de que surgiera con fuerza el movimiento #Yosoy132, se hacen visibles en Canadá al repudiar el incremento a sus colegiaturas universitarias.

De acuerdo con la revista *Proceso*, en una nota publicada el 6 de Julio de 2012, la provincia de Quebec cuenta con una estructura que provee educación y servicios de salud gratuitos originada en los años sesenta; ese sistema se opone incluso a los modelos establecidos en el resto de Canadá. Aldabi (2012)

La medida, que planeaba un incremento del 75 al 80 por ciento a las colegiaturas, no se pretendía ejecutar de forma inmediata, sino a largo de cinco años. El primer ministro Jean Charest, de corte "liberal", había asegurado desde su campaña política que el incremento de las cuotas era de carácter político y no económico, es por eso que las cuatro confederaciones de estudiantes más importantes (la CLASSE, la FEUCQ, la FEUQ y la TACEQ) ya tenían una huelga contemplada. El movimiento estudiantil se organizó en tres asociaciones: la Coalición Ampliada de la Asociación por una Solidaridad Sindical Estudiantil (CLASSE), la Federación de Estudiantes Preuniversitarios y de Carreras Técnicas de Quebec (FEUCQ) y la Federación de Estudiantes Universitarios de Quebec (FEUQ), las más importantes desde hace décadas.

Para el 22 de marzo y 22 de mayo de 2011 los estudiantes congregaron a más de 200 mil personas, ocasionando los primeros enfrentamientos violentos y las detenciones arbitrarias. Como en el caso de Chile, el gobierno de Charet responde con la ley 78, decreto que suspende el semestre escolar de invierno, pero además criminaliza la protesta pública y a los trabajadores de las universidades les prohíbe apoyar el movimiento.

La primera acción de la desobediencia pacífica fue convocar a los usuarios de las redes sociales a que salieran a sus balcones o a la calle en la madrugada a protestar con cacerolas. Las protestas en Quebec iban en aumento y el disgusto se expresó diariamente por 7 meses, hasta que concluyó la movilización. El 7 de septiembre, tras una larga jornada de movilizaciones casi diarias, los estudiantes ganaron su derecho a la educación gratuita, quitando del juego electoral al partido liberal y anulando el decreto del incremento con el nuevo gobierno.



Foto: André Pichette Tomada de: La Presse

Los miembros de la Escuela de la montaña roja, todos vestidos con overoles rojos y mostrando el cuadro rojo de la protesta estudiantil en Quebec.

2.2 El contexto social y político en México 2011-2012

2.2.1 La guerra del narcotráfico

Hablar de la guerra contra el narcotráfico es remitirnos al sexenio de Felipe Calderón, que dio inicio el primero de diciembre de 2006 bajo una intensa toma de tribuna en el Congreso de la Unión por parte de diputados del PRD cuando el presidente electo rindió protesta. El 2006 será recordado como el año del fraude electoral, ya que se dice que la presidencia de Calderón fue impuesta por el ex presidente Vicente Fox; aunque también la contienda presidencial fue una de las más cerradas y divididas. Por un lado estaba el PAN y por el otro la Coalición Por el Bien de Todos (CPBT).

Varios académicos de la UNAM (Luis Mochán, Víctor Romero Rochín, Ricardo Mansilla, Walter R. Mebane, Jr. y Miguel de Icaza) así como el investigador Javier Aparicio buscaron mediante estudios y análisis cuantitativos encontrar una explicación sobre la victoria de Felipe Calderón frente al CPBT; aunque esas explicaciones tuvieron

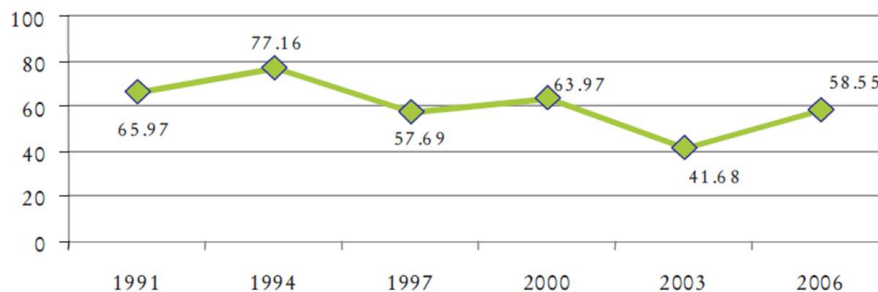
posiblemente su motivación en el voto mismo, es decir, los estudios revelan que hubo una diferencia de 1 punto porcentual, y una gran cantidad de errores debido al número de votantes que acudió a las urnas.

Según Aparicio (2009) las actas de elección presidencial del 2006 tuvieron menos errores (46.7%) del total, y menos datos omitidos que las del 2000 (51.4%). La postura de Aparicio es defender que no existió una manipulación dolosa de los votos.

Un voto es el resultado de un proceso sociocultural y político y en ese sentido refleja al propio votante, su pasado, su presente y su futuro. Existen tres teorías que analizan a los votantes: la conductual, la racional y la cultural. Las tres teorías acentúan rasgos de los votantes y a su vez arrojan luz a los partidos políticos y candidatos de hacia dónde deben dirigir sus esfuerzos. La tipología más común es la del voto duro, el voto blando, el opositor y los indecisos. (Valdez y Huerta, 2011).

El 2 de julio, 41 millones de 71 millones de personas inscritas en la lista nominal de electores (58.55%), acudieron a las urnas para emitir su voto y elegir al Presidente de la República y a los representantes en el Poder Legislativo Federal.

Gráfica 1. Porcentaje de participación electoral en elecciones federales (1991-2006)

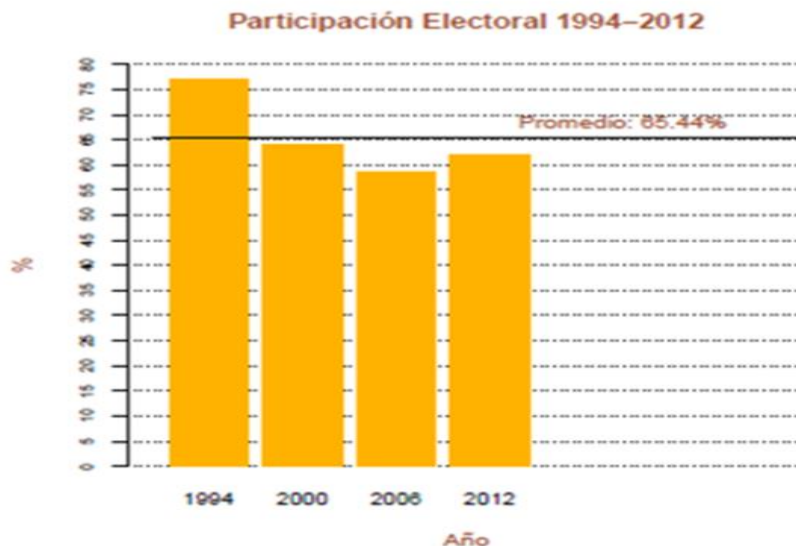


Fuente: www.ife.org.mx, Proceso Electoral Federal 2005-2006 y Resultados Electorales.

En estas elecciones presidenciales participaron cerca de 4 millones de electores más que en las de 2000. No obstante, la proporción de ciudadanos registrados en la lista nominal que votaron el día de la jornada disminuyó 5.42 por ciento. (INE, 2006)

De acuerdo al IFE se ha registrado mayor participación ciudadana en los comicios de 1994 (se elige a Ernesto Zedillo luego del asesinato de Colosio), 2000 (pierde el PRI y gana Vicente Fox) y 2006 (gana otra vez el PAN). Si el voto es el resultado de un proceso sociocultural y político, como afirman Valdez y Huerta, entonces se puede entender la conmoción de la población al ver que resultaba ganador un candidato de un mismo partido (PAN). En el imaginario social, la figura de la ilegalidad se instaló.

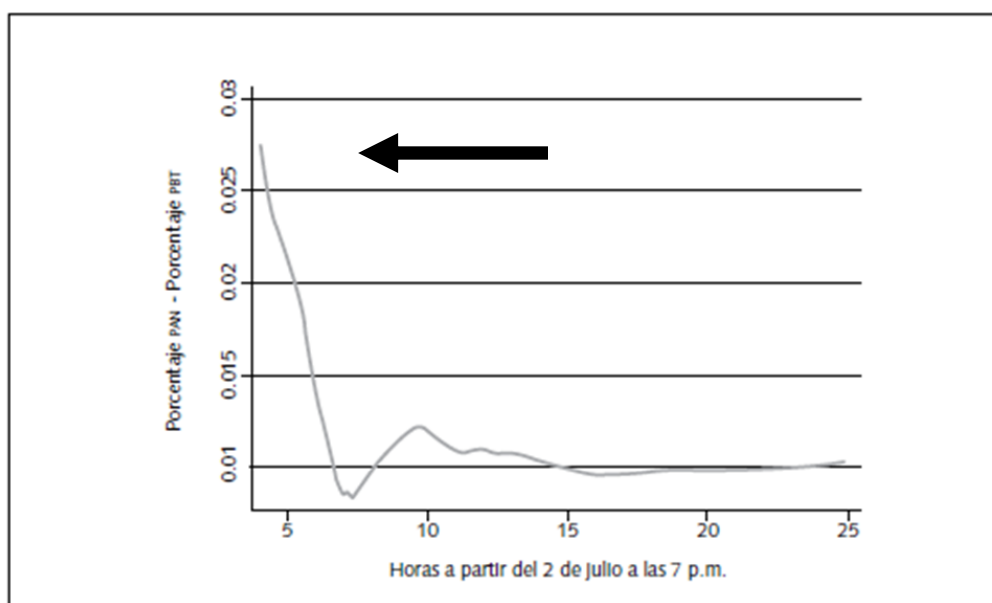
Las elecciones presidenciales de 2012 en México registraron un repunte en las tasas de participación electoral (62.08%), lo que representa un incremento en relación a lo observado en el 2006, sin embargo, este porcentaje es aún inferior a los niveles registrados en las votaciones de 1994 (77.16%). (INE, 2012)



Fuente: INE "Estudio censal, participación ciudadana 2012"
Disponible en: <http://goo.gl/A9fs6R>

Para los fines de este trabajo expondré brevemente algunos datos estadísticos encontrados en un artículo publicado en la revista *Política y Poder* [en línea], escrito por Javier Aparicio (2009), donde se deja de lado la posibilidad del fraude electoral. Los datos que recopila son sólo cuantitativos.

“Durante las primeras cinco horas del PREP, Felipe Calderón tenía una ventaja de dos puntos porcentuales o más sobre López Obrador, pero esa ventaja parecía disminuir hora tras hora. Al tratarse de la tendencia inicial, era fácil imaginar que dicha superioridad se revertiría durante la madrugada. Sin embargo, se revirtió alrededor de las 3 de la mañana del lunes hasta estabilizarse en un ventaja de alrededor de uno por ciento para el PAN” (Aparicio, 2009 [en línea])



En la gráfica se señala con la flecha la ventaja porcentual de Felipe Calderón sobre Andrés Manuel. En la parte inferior se cuenta los minutos a partir de las 7 p.m. y en la parte izquierda los porcentajes. Entre las 7:05 p.m. y las 7:10 p.m. Calderón se estabilizaba en los 3 puntos de ventaja. (Aparicio, 2009)

El autor explica que esa ventaja se dio a partir de que el conteo no es un proceso cerrado, ya que intervienen distintas variables como la ubicación y lejanía de las casillas; por ejemplo, él explica que las casillas urbanas fueron las más rápidas de contar, pero no de determinar el porcentaje de error que implicó su conteo.

En el siguiente cuadro se muestra el voto promedio de acuerdo al balance realizado por casilla y el margen de error existente en la medición. Aparicio (2009)

Votos promedio según tipo de casilla y afiliación política				
	Votos promedio por casilla			
	PAN	CPBT	APM	Margen PAN-CPBT
Casillas urbanas	132.51 (37.79)	124.74 (35.52)	67.11 (20.09)	7.76 (2.27)
Casillas rurales	76.06 (28.49)	87.50 (33.12)	80.59 (31.97)	-11.44 (-4.63)
Estados panistas	145.34 (45.26)	68.82 (22.21)	75.88 (25.73)	76.51 (23.06)
Estados perredistas	89.28 (26.37)	149.36 (45.13)	67.18 (22.16)	-60.07 (-18.77)
Total	114.70 (34.94)	112.84 (34.74)	71.12 (23.78)	1.87 (0.20)
Total Nacional				
41 791 322 (100.00)	15 000 284 (35.89)	14 756 350 (35.31)	9 301 441 (22.26)	243 934 (0.58)

Fuente: Cálculos propios basados en datos del cómputo distrital del IFE. Nota: Porcentajes entre paréntesis.

En esas elecciones cobra relevancia la figura de Andrés Manuel López Obrador y la palabra “fraude”, asociada al descrédito que representaba repetir candidato de un mismo partido. Aunque el análisis mostrado en este trabajo recopile una medición en términos cuantitativos y explique que no existió error en las mediciones electorales, la opinión pública se polarizó. Ahora bien, haya existido o no un fraude electoral, los errores que Felipe Calderón cometió a lo largo de su sexenio agudizaron el descontento social.

Al ser oficial la presidencia de Calderón y después de rendir protesta en el Congreso de la Unión, se dirigió al Auditorio Nacional para presentar a los miembros de su gabinete y dar su primer discurso presidencial, entre sus palabras explicó:

“Hoy la delincuencia pretende atemorizar a la sociedad y al Gobierno; la inseguridad pública amenaza a todos y se ha convertido en el principal problema de estados, ciudades y regiones enteras. Una de las tres prioridades que voy a encabezar en mi Gobierno es, precisamente, la lucha por recuperar la seguridad pública y la legalidad, las instituciones responsables de la seguridad pública requieren transformaciones profundas para incrementar su eficacia. Por eso, instruyo al Procurador General de la República y al Gabinete de Seguridad Nacional a que en un plazo no mayor a 90 días presenten un programa para renovar los mecanismos de procuración e impartición de la justicia para ordenar, fortalecer y depurar nuestros cuerpos policiacos”. (El Universal, en línea)

El discurso pronunciado en el auditorio fue alarmante, no sólo porque se había roto el acto protocolario de decirlo frente al Congreso, sino porque toda la estructura de gobierno que proponía Calderón se concentraba en empoderar a las fuerzas militares frente a fuertes necesidades educativas y de salud. Algunos intelectuales como Homero Aridjis, que asistieron de invitados al acto protocolario en el auditorio, salieron preocupados ante la omisión en esos temas.

Mientras Felipe Calderón con gran dificultad tomaba protesta, Andrés Manuel López Obrador en el Zócalo de la ciudad se proclamaba presidente legítimo. En ese contexto se encontraba el país: dividido económica, social y políticamente. Después de diez días al mando como jefe de Estado, Felipe Calderón inició, sin ninguna estrategia previa y con la sombra de la ilegitimidad, la guerra contra el narcotráfico; y a través del operativo Conjunto Michoacán dieron inicio los primeros enfrentamientos contra los cárteles. El 23 de agosto del 2012, el diario francés *Le Monde* [en línea], proporcionó datos en su editorial sobre los costos humanos de la guerra emprendida por Calderón y aseguró que de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), hubo 27 mil

199 asesinatos registrados únicamente en el año 2011, por lo que, destaca el texto periodístico, en el periodo de 2007 a 2011 la cifra alcanzó los 95 mil 632 muertos.

El rotativo *Le Monde* aseguró que la guerra contra el narcotráfico emprendida por Calderón fue el fracaso más grande de su sexenio, adelantándose también a asegurar que el triunfo de Enrique Peña no garantizaría la seguridad en el país. Otra de las características que surgieron a raíz de la guerra fue el manejo de la información que se dio por parte de los medios. Durante ese periodo los distintos cárteles utilizaron narcomantas sobre cadáveres para atemorizar a sus oponentes; también colgaban los cuerpos sobre puentes para atemorizar a la población civil y a sus rivales. Para ese tiempo las redes sociales se convirtieron también en la plataforma del narcotráfico, surgieron videos de ejecuciones y narcoblogs entre otras manifestaciones que visibilizaban la existencia de esos grupos.

2.2.2 El Estado en crisis de credibilidad

El primer ataque fuerte a la población civil se dio en el 2008, durante la celebración de las fiestas patrias en Michoacán, justo en la plaza principal de Morelia, donde una granada fue lanzada contra la gente que celebraba el día de la independencia. El atentado causó nueve muertos y 132 heridos. Después del primer bombazo, otras dos granadas estallaron en los alrededores de la plaza causando una movilización de las fuerzas policiales en el Estado de Michoacán. A partir del incidente, las redes sociales se movilizaron para ridiculizar la imagen de Calderón.

El 31 de enero de 2010 en Chihuahua un comando armado asesinó a 17 jóvenes en una fiesta, sin una averiguación previa de por medio, más tarde Calderón declaró ante los medios que “eran delincuentes”. En redes sociales circuló la versión de que eran estudiantes, en su mayoría de preparatoria y que no tenían ninguna relación con el narcotráfico. El ex presidente queda expuesto en su total desconocimiento acerca de la situación que enfrentaba y la falta de una adecuada estrategia para combatir al crimen organizado, ya que como se sabe, los presuntos delincuentes eran estudiantes celebrando un cumpleaños.

Pese a que se disculpó en el foro “Todos somos Juárez” frente a los padres de los fallecidos, su comentario ya había causado una revuelta en las redes sociales, ya que seguía declarando que mantener al ejército en Ciudad Juárez era lo mejor y que se negaba a claudicar en su guerra contra el narcotráfico. Sus palabras cobraron relevancia porque la señora Luz María Dávila, madre de dos jóvenes fallecidos de 17 y 14 años, interrumpió en el foro la serie de discursos, para exigir justicia y expresarle a Calderón que “él no era bienvenido en Juárez” y que su guerra había causado demasiadas muertes. En la grabación que se puede recuperar en YouTube [en línea], a través del canal de *Milenio*, la madre de familia expone la fragilidad de Juárez que en ese momento se mantenía ocupada por el ejército, y donde constantemente se sostenían enfrentamientos con el crimen organizado.

El 21 de agosto de 2011, 72 cadáveres fueron encontrados en una fosa clandestina de San Fernando (Tamaulipas). Posteriormente se descubrió que eran migrantes y que habían sido asesinados por el grupo delictivo de los “Z”, quienes querían obligar a los indocumentados a trabajar para ellos. Uno de los sobrevivientes, de origen ecuatoriano, relató a las autoridades mexicanas lo sucedido. El caso de los indocumentados en el 2011 fue un escándalo pero desde el 2010 los grupos delictivos tenían como blanco a los migrantes. Eso lo declaró en uno de los interrogatorios Edgar Huerto Montiel, alias “el Wache” [en línea], sujeto perteneciente al cártel de los Zetas.

El 20 de septiembre de ese mismo año, pero en Veracruz, una de las zonas más turísticas y exclusivas del puerto se sacudió una mañana cuando dos sujetos se detuvieron en el desnivel del bulevar Ruiz Cortines, abrieron la cajuela de dos camionetas y dejaron caer 35 cuerpos. El procurador de justicia del Estado, Reynaldo Escobar Pérez, informó que la mayor parte de las víctimas tenían antecedentes penales y por lo tanto estableció de inmediato la relación con ajusticiamiento de narcos. Medios locales aseguran que esta fue una de las masacres más grandes ocurridas durante el sexenio de Felipe Calderón. (CNN, en línea).

Ese mismo año, el 25 de agosto, el Casino Royal, ubicado en San Jerónimo (Monterrey) fue incendiado por un grupo de sicarios. El atentado cobró la vida de 52 personas. De acuerdo con algunos sobrevivientes, un grupo de individuos entró al casino soltando balazos; posteriormente los homicidas rociaron el suelo y las paredes del lugar con gasolina para luego prenderle fuego. Los civiles se encontraban amontonados intentando salir por las puertas de emergencia, pero éstas se encontraban cerradas. (Milenio, en línea).

A grandes rasgos estos incidentes fueron los más significativos y de mayor impacto mediático y en las redes sociales, porque evidenciaban la ineficiencia de las autoridades para responder por la violencia generada en la guerra contra el narco. El Estado quedó sobrepasado frente al enorme disgusto que se generaba. Felipe Calderón fue el presidente que más desaciertos tuvo en materia de bienestar social, porque los hechos expuestos hasta ahora son un pequeño esbozo del despotismo que lo persiguió durante todo su gobierno. Diversos sectores de la población sufrieron la guerra y las “confusiones”. A los hechos anteriores se deben sumar los siguientes:

- El asesinato de dos jóvenes del TEC de Monterrey que presuntamente estaban involucrados con grupos delictivos. Al final se descubre que sólo eran dos universitarios sin relación con el narcotráfico.
- El descubrimiento de 4 cadáveres en la cajuela de un auto, en el fraccionamiento de las Brisas, en Cuernavaca (Morelos). Supuestamente eran personas involucradas con grupos delictivos; al final se descubrió que uno de ellos era hijo del periodista y poeta Javier Sicilia, y que había sido ejecutado y encajuelado. Las investigaciones revelaron que de nuevo hubo un “error”.
- La frecuente aparición de cuerpos mutilados, decapitados y con signos de tortura en lugares públicos, con mensajes para funcionarios del gobierno o dirigidos a los mismos grupos delictivos.
- La balacera que ocurrió el 21 de agosto en el Estadio Corona, ubicado en Torreón, Coahuila, mientras se efectuaba el partido Monarca-Santos, entre sicarios y gente del ejército. Ese hecho es la cúspide de muchos enfrentamientos

donde la población civil quedaba en medio y donde se cobraba la vida de inocentes, es por eso que cobra relevancia.

- El derribo “misterioso” del avión en el que viajaba Juan Camilo Mouriño, entonces secretario de Gobernación de México, el 4 de noviembre de 2008. Según versiones federales el jet se impactó por problemas mecánicos y por falta de maniobras; sin embargo, el 11 de noviembre de 2011, ocurre la caída del helicóptero en el que viajaba el nuevo secretario de Gobernación, Francisco Blake Mora. Las indagaciones al respecto arrojaron que sólo se trató de un “accidente”.

Los mensajes del narcotráfico fueron de una violencia hasta ese momento inimaginable; los cadáveres narraban una realidad que desde el sentido común no quiere creerse. Para el criminal que decapitaba, para el que los arrojaba al vacío o los colgaba de un puente, o para el que los abandonaba en un lugar público, sus víctimas decían la verdad. Había una guerra que se entendía mediante la violencia ejercida a un cadáver. (Manero, 2008:122).

Todos esos hechos, que golpearon a la población en general sin importar si eran de clase alta, media, baja, intelectuales, periodistas, funcionarios públicos o gente común, ya anunciaban que el descontento social era generalizado. México tenía la oportunidad de transformar su realidad y acabar con la guerra emprendida por el gobierno panista y esa oportunidad se presentó durante las elecciones presidenciales que se generarían en 2012.

2.2.3 Elecciones presidenciales

Apenas iniciaba el 2011 y ya se hablaba de las elecciones, tema recurrente en los medios masivos de comunicación. En el contexto que esbozo para este trabajo, quiero resaltar que la guerra contra el narcotráfico colocó a la sociedad en un estado sensible respecto al futuro del país. Diversas voces y sectores sociales esperaban el momento de poder reemplazar a Felipe Calderón. Para ese entonces las redes sociales e internet eran fuentes de información que reproducían imágenes de la realidad social en distintos

tonos, mientras en los medios masivos se enfocaban en los rumores provenientes de la futura campaña; por ejemplo, se cuestionaban sobre ¿quién se lanzaría de candidato por el PAN? ¿Cómo harían en el PRD Marcelo Ebrad y Obrador para pactar una candidatura? ¿Con quién se relacionaba sentimentalmente a Peña Nieto?

La mediatización de las elecciones y de las figuras de los posibles candidatos comenzó a brotar, pero con pocos tintes de seriedad, porque como mencioné párrafos más arriba, el IFE se encargó de la contabilización del tiempo del Estado en radio y tv. Reproduzco aquí una parte del acuerdo:

“EL IFE COMO ADMINISTRADOR ÚNICO DE LOS TIEMPOS DEL ESTADO EN RADIO Y TELEVISIÓN”

Con motivo de la reforma electoral 2007 – 2008, el IFE se convirtió en depositario de la administración de los tiempos del Estado en radio y televisión en materia electoral; y, en la única para la transmisión de propaganda electoral en estos medios de comunicación. En ejercicio de esta atribución, el IFE ha administrado, desde 2008, un conjunto de 51 elecciones.

De esta experiencia acumulada, destaca la administración de los tiempos del Estado probada en un Proceso Electoral Federal intermedio (2009) con 11 elecciones coincidentes, pues durante el Proceso Electoral Federal 2011 – 2012 el número de coincidentes ascenderá a 15 elecciones locales. En este marco, vale la pena señalar que el IFE ya administró tiempos del Estado en radio y televisión en un conjunto de 15 elecciones locales de manera simultánea durante el primer semestre de 2010, cifra exacta de lo que representa el esfuerzo de la autoridad administrativa electoral federal enfrentará el próximo año” (INE, en línea)

La finalidad de la medida era hacer más equilibrado y justo el tiempo de los partidos políticos o afines dentro de los medios de comunicación. De hecho durante las campañas Canal Once cronometraba el tiempo que le dedicaba a cada partido o candidato. Para ese momento Enrique Peña Nieto, en ese entonces gobernador del

Estado de México, comenzaba un romance con la actriz de televisión Angélica Rivera. Su aparición en los medios estuvo avalada por las revistas del corazón.

El periodista Jenaro Villamil (2009) advertía en su libro *Si yo fuera presidente, el reality show de Peña Nieto*, cómo se iniciaron las movilizaciones para poder levantar la imagen del gobernador, que para ese entonces se encontraba involucrado en los escándalos sobre lavado de dinero de su tío Arturo Montiel, se le culpaba del asesinato de su primera esposa Mónica Pretelini ocurrido en 2007 y también era señalado como responsable de la violenta represión ocurrida en San Salvador Atenco en 2006. Como gobernador, su imagen se encontraba disparatada de la realidad, pues en pantalla siempre era carismático y se le reconocían sus “logros” en el Estado de México.

“Con el objetivo de apuntalar el posicionamiento de las primeras acciones del gobierno de Peña Nieto, el equipo de comunicación del mexiquense le recomendó desde octubre de 2005 que explotara la cultura del espectáculo, no sólo de Televisa sino también de revistas de sociales, curiosamente, también propiedad de Televisa”. (Villamil, 2009:48).

En el texto se narra que el inicio de su campaña presidencial se planeó desde 2005, y que de ahí se contrataron (millonariamente) los servicios de varias filiales de Televisa, que colocaron al ex gobernador dentro programas televisivos como *Hoy y Vida TV*. El mercado del espectáculo también se extendió a las revistas, como *Eres*, *Furia Musical*, *Teleguía* y *TV y Novelas*. Los públicos destinados para recibir esos mensajes también se encontraban divididos; es decir, primero era el “círculo verde”, donde se ubicaban las audiencias masivas. Posteriormente el rango de alcance de esas estrategias comunicativas se extendió a los sectores de clase alta como son:

- Gobierno, clase política nacional y local
- Congreso nacional y local
- Sectores financieros y transportistas, productivos y turismo
- Sectores intelectuales y educación
- Medios especializados

- Gobernadores y presidentes municipales, vecinos y Conferencia Nacional de Gobernadores (CONAGO)

El mensaje era el siguiente: modernidad cercana a la gente para mejorar la calidad de vida. Orgullo mexiquense. El costo de la estrategia comunicativa, de acuerdo con Villamil, fue aproximadamente de 50 millones, sumados a los 691 millones en inversión en tiempos de televisión. Un total de 742 millones 115 mil pesos de inversión en medios de comunicación en pre-campaña.

El abuso de poder ejercido durante su gestión contra los ciudadanos de San Salvador Atenco era anulado por los medios de comunicación, que para ese momento se encontraban más preocupados por cubrir la boda del gobernador con la actriz Angélica Rivera. Los medios ya no sólo cubrían su noviazgo, sino además se encargaban de brindarle al “círculo verde” un final de telenovela al romance, que culminó el 27 de noviembre de 2010.

En este análisis me centro en la figura del candidato priista porque es una pieza fundamental de las elecciones presidenciales, ya que su figura mediatizada es el marco en el que surge el movimiento #Yosoy132, y al igual que Calderón, en su presidencia se acentúa la figura de la ilegalidad.

2.3 Surgimiento del movimiento #Yosoy132

El movimiento no puede entenderse sin la figura de Enrique Peña Nieto, su mediatización durante las campañas, el abuso de poder cometido contra los habitantes de San Salvador Atenco y el matrimonio con Angélica Rivera, que significó negocios macromillonarios para la empresa Televisa. A finales de 2011 en la Feria Internacional del Libro (FIL) en Guadalajara el candidato no pudo responder a la pregunta de cuáles eran los tres libros que lo habían marcado en su vida personal y política; a partir de ese momento, su figura pública y el gasto invertido para cuidar su imagen de candidato no ocultaban su incapacidad y su falta de preparación. Dentro de las redes sociales comenzaban a surgir tuiteros en solitario, más agudos y directos, que ridiculizaban de mil formas la imagen mediática del candidato priista, en Facebook la librería Gandhi hacía su propia campaña anti-priista y circulaban imágenes muy claras que no disimulaban la opinión en contra de la torpeza de Enrique Peña.

Ninel: No estás sola.

Con amor, Enrique.

#LibreríaPeñaNieto

gandhi.
libros · música · video · café

**Yo he suscrito
Tú has suscrito
Él ha suscrito**

(...bueno, él se llama Enrique)

gandhi.
libros · música · video · café

La Biblia

(Búsquela en nuestra sección de política)



A principios de 2012, el escenario ya estaba puesto para las elecciones, faltaba que los candidatos realizaran formalmente ante el Instituto Federal Electoral (IFE) su registro para contender por la presidencia. Visiblemente, las figuras más importantes en la contienda eran Andrés Manuel López Obrador y Enrique Peña. El primero realizó su registro ante el IFE el 22 de marzo y el segundo el 16 de marzo. Pedro Joaquín Coldwell, del equipo del ex gobernador, declaró ante los medios “Hemos iniciado una épica ciudadana para cancelar 12 años de incompetencia” (La Jornada, en línea).

La protección mediática no le alcanzaba ante los errores que cada vez se volvían más constantes como fueron: el no saber responder al precio de las tortillas, no saber responder sobre la enfermedad que supuestamente mató a su esposa y decir que en México hacía falta más justicia y “desigualdad social”. (Reforma, en línea). Todos esos errores sumados, más el estado en el que el país se encontraba, generarían protestas drásticas. Ese momento se dio el 11 de Mayo de 2012, a unos meses de contender en las urnas.

Hasta ese día, Enrique Peña Nieto no se había enfrentado a un público fuera de las pantallas y tras posponer en varias ocasiones su visita a la Universidad Iberoamericana, a las 10 horas de ese once de mayo el candidato inició el foro “Buen ciudadano Ibero”, en un auditorio con trecientas butacas y muy lejos de aquellas mujeres que le pedían besos.

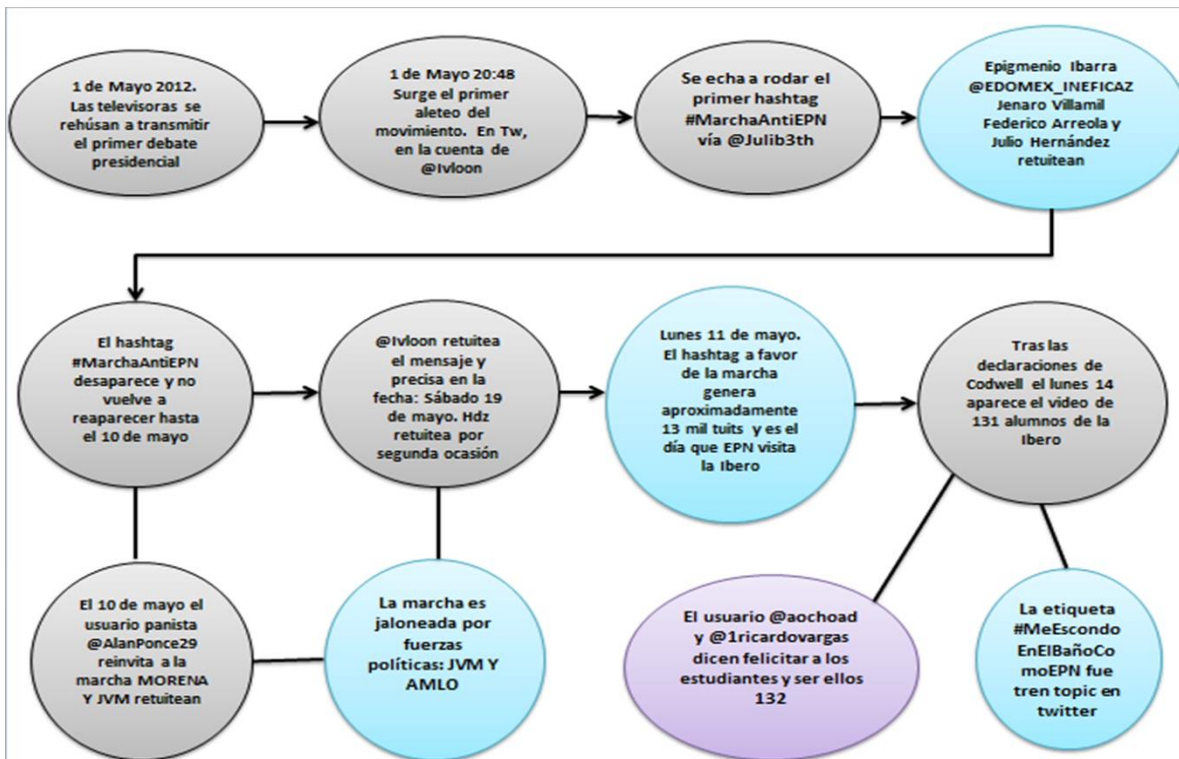
Entre abucheos y tímidos aplausos el candidato expuso su plan de gobierno por una hora. Los alumnos escucharon y muy pocas veces interrumpieron, pero al no tener acceso al micrófono, las máscaras de Carlos Salinas y carteles donde se podía leer “Atenco no se olvida”, “Todos somos Atenco” y “Asesino”, fueron apareciendo. Cuando finalizó el discurso del priista se abrió el espacio que daba pie a las preguntas de los asistentes. Los estudiantes que tomaron la palabra no desaprovecharon la oportunidad para exponer la estrategia mediática que cubría al candidato, además de mostrarlo sin la protección de los medios. Tras ser cuestionado y ridiculizado en repetidas ocasiones y después de evadir la pregunta sobre el uso de la fuerza en Atenco, ya para retirarse, el candidato regresó por unos minutos al auditorio para decir que él había usado de forma “legítima” la fuerza pública para restablecer el “orden y la paz social” en Atenco. Si el auditorio y los que se encontraban fuera de él intentaban sólo abuchear al candidato, esos comentarios detonaron el enojo de los estudiantes quienes comenzaron a gritar “La Ibero no te quiere, fuera, fuera”. El candidato tenía pactada una entrevista que se transmitiría por Radio Ibero, pero ante la presión, su equipo, Luis Videgaray, Pedro Joaquín Coldwell y José Carreño Carlón, priista funcionario entonces de la Universidad Iberoamericana, decidieron cancelar la conversación por radio.

Los estudiantes que siguieron el foro a través de unas pantallas en las afueras del auditorio, así como los participantes en el encuentro, persiguieron y acorralaron al candidato en la sede de Radio Ibero, y éste tuvo que buscar una salida alterna. Ese fue el momento en que Peña, por unos minutos, se refugió en un baño de las instalaciones universitarias. Luego, literalmente, tuvo que huir por una puerta lateral de la Universidad ante los gritos de los estudiantes. Tras el incidente Pedro Joaquín Coldwell declaró: “Un puñado de jóvenes que no son representativos asumieron una actitud de intolerancia respecto a los planteamientos que hacía nuestro candidato. Los vi yo

envenenados, con gritos intolerantes que resultaron incómodos. Nuestro candidato se trasladó a otra parte de la universidad (a Radio Ibero) donde estaba programada una entrevista que finalmente se canceló y posteriormente procedió a retirarse” (Milenio, en línea).

Las declaraciones de Coldwell no tardaron en reproducirse en los medios “oficiales”. Para contrarrestar esa información, 131 estudiantes de la Universidad Iberoamericana realizaron un video que colgaron en YouTube, donde informaban que ellos no eran porros ni acarreados; con credenciales en mano cada estudiante fue externando y desmintiendo lo declarado por Coldwell. El eco en las redes sociales se intensificó y muchos usuarios se solidarizaron con el movimiento, se hacían llamar más de 131.

A continuación anexo un mapa detallando la movilización en redes antes y después de la visita de Enrique Peña a la Universidad Iberoamericana.



Fuente: Elaboración propia

2.3.1 Desplazamiento: del internet a las calles.

De acuerdo con datos de AMIPCI [en línea], el número de usuarios de internet se incrementó, de 2011 a 2014, de 40.6 a 51.2, es decir 6.13 por ciento. Casi el 21 por ciento de los internautas en México se encuentra entre los rangos de edad de 25 a 34 años y la búsqueda de información se convirtió en la segunda actividad online (64%). Acceder a redes sociales aparece como una de las actividades importantes con un 81 por ciento. Con la visita de Enrique Peña a la Universidad Iberoamericana se colocaron en la red varias etiquetas que fueron *trending topic* y que en Twitter se retuitearon por grandes figuras del medio intelectual y artístico con gran número de seguidores, aunque el jaloneo de la marcha anti-Peña desató una guerra cibernética. El viernes 18 de mayo, aproximadamente 800 estudiantes de la UIA, el Tec de Monterrey, La Salle y el ITAM marcharon a las instalaciones de Televisa en Santa Fe, haciendo un acompañamiento a los 131 estudiantes que ya se habían vuelto “famosos” por colgar el video en YouTube.

La caminata estuvo llena de cartulinas y pancartas que denunciaban la cobertura sesgada del proceso electoral y la imposición de un presidente. El día 19 de mayo, día en que estaba programada la marcha anti-Peña, un vocero del movimiento declaró ante los medios que no asistirían, pues no conocían a quiénes se encontraban detrás de la marcha, pero además reiteraba que el movimiento era apartidista.

En la marcha anti-Peña los medios de comunicación hegemónicos reportaron que existió un “mosaico multicolor”, estudiantes de universidades públicas y privadas se reunían para protestar por la imposición del candidato “Sin camiones, sin tortas, sin discursos”. La asistencia a la marcha se calculó en 40 mil personas. (De Mauleón, 2012:42).

El movimiento fue registrado como marca y #Yosoy132 logró, a través de las redes, sentar a tres de los cuatro candidatos a la presidencia a un debate que se transmitió vía internet; también logró que el duopolio televisivo transmitiera en segundo debate presidencial, además de congregarse a marchas multitudinarias para exigir una democratización en los medios de comunicación. El movimiento fue originado en su mayoría por estudiantes universitarios que evidenciaron un sesgo informativo de los

medios tradicionales a favor de Enrique Peña Nieto. Entre sus peticiones ellos mismos informan:

- Somos un movimiento apartidista y constituido por ciudadanos. Como tal no expresamos muestras de apoyo a ningún candidato o partido político, pero respetamos la pluralidad y diversidad de los integrantes de este movimiento.
- Nuestros deseos y exigencias se centran en la libertad de expresión y el derecho a la información de los mexicanos, en el entendido de formar una ciudadanía consciente y participativa.
- Creemos que las circunstancias políticas actuales: el abstencionismo y el voto nulo son factores que obstruyen la democracia.
- Somos un movimiento preocupado por la democratización del país, por lo cual creemos que un bien necesario para ello es la democratización de los medios de comunicación. Esta preocupación se deriva de lo que ocurre con la prensa actual y con lo que ocurre en los medios de comunicación en general.
- El #Yosoy132 es un movimiento incluyente que no representa a una sola universidad, su representación depende únicamente de las personas que se suman a esta causa y que está articulada a través de los comités universitarios.
- Exigimos competencia real en el sector de los medios de comunicación en lo particular al duopolio referente a Televisa y TV Azteca.
- Exigimos hacer del acceso a internet un derecho constitutivo, en términos que se estipulan en nuestro artículo primero de la carta magna.
- Exigimos poner a concurso las producciones de los canales públicos en las distintas escuelas de comunicación.
- Exigimos abrir espacios de debate entre los jóvenes y distintos medios de comunicación por las demandas expuestas.
- Exigimos garantizar la seguridad de los integrantes de este movimiento que se expresan libremente a lo largo del país.

- Exigimos que se transmita a nivel de cadena nacional el debate de los candidatos a la presidencia de la república, encontrando esto no como una imposición, si no como una forma de garantizar el derecho a verlo o no a quienes no cuentan con esa posibilidad.¹

Desde que inició #Yosoy132 su entusiasmo se vio afectado en varios momentos; hoy prácticamente se encuentra desaparecido, pero dejó entre otras cosas un preciado legado gráfico que circuló a través de las redes sociales. Imágenes que evidencian sus exigencias y ganas de transformación.

En este apartado se hizo un recuento de los movimientos sociales más recientes, muchos de ellos ya desaparecidos, pero cuya aportación en la reutilización de las nuevas tecnologías y en las formas de hacer circular por redes sociales videos, imágenes y contenido multimedia de las protestas, es un legado político enriquecedor. Hoy, los periódicos, los artistas, políticos, intelectuales y la sociedad en general se suman con sus contenidos a alimentar las redes sociales y contribuyen a hacer de ese medio algo plural y político.

Para los fines de esta investigación, se tomará en cuenta la producción de imágenes registradas desde el inicio del movimiento hasta la toma de protesta de Enrique Peña Nieto, imágenes que sin duda modificaron el uso de Facebook y la forma en cómo la gente ejercía la crítica política.

¹ Recuperado de: <http://www.yosoy132media.org/>, última actualización 2015.

Capítulo III. Estado del Arte

Este apartado recopila trabajos que se aproximan a lo que distintos autores han señalado sobre la imagen y sobre la imagen dentro del espacio virtual; se abordan aspectos útiles para clasificar y describir de forma más precisa la producción iconográfica de los movimientos sociales, y ubicarla en su momento histórico.

3.1 Las imágenes: un mensaje poderoso en internet

El primer artículo de María Victoria Martín y Mariana L. Torres para la revista *Razón y Palabra*, realiza una reflexión sobre la imagen en el espacio virtual, e indaga ciertas formas de representación visual y la capacidad de producir y reproducir imaginarios en la sociedad contemporánea.

Las imágenes han cobrado relevancia dentro de internet, pero son indispensables si se quiere transmitir cualquier mensaje utilizando esas plataformas. Cuando esas imágenes son elaboradas para un propósito específico adquieren fuerza dentro del espacio virtual y se convierten en mensajes poderosos. La política está llena de discursos que aluden a lugares comunes y ahora encuentran una réplica en internet. El lugar que alberga mayor número de voces está en las redes sociales (Facebook y Twitter); justo ese fue el espacio que originó una gran cantidad de imágenes al calor de las elecciones presidenciales de 2012 y el movimiento mexicano #Yosoy132.

A continuación acoto lo que las autoras rescatan sobre la imagen en el espacio virtual:

1. “Por su apariencia figurativa la imagen facilita el hecho de compartir experiencias y el conocimiento no verbal, y en el ciberespacio debemos preguntarnos aún más que en otras situaciones acerca de su verosimilitud y veracidad”.
2. “A lo largo de la historia, se ha estudiado la imagen como elemento de comunicación y como portadora de una función ritual (Walter Benjamín decía “valor cultural” en los tiempos en que publicó *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica*). Con la globalización, la imagen se ha convertido más que nunca en una unidad comunicativa de relevancia porque –la imagen se ve y eso es suficiente– y para verla basta con poseer el sentido de la vista, basta con no ser ciegos. La imagen no se ve en chino, árabe o inglés (Sartori, 1998)”.
3. “La imagen, además es pasional: provoca adhesión, rechazo o indiferencia, Frederick Haskell incluso habla del impacto de la imagen en la imaginación histórica”.
4. “De las posibilidades que brindan las principales redes sociales, poder incluir imágenes fue un componente clave para la aceptación y apropiación de las mismas.

Todo ese proceso está acompañado por el abaratamiento, accesibilidad y portabilidad de las cámaras digitales y las cámaras de teléfonos celulares, sumado a grandes poblaciones jóvenes que contribuyen al crecimiento de esta forma de compartir imágenes en casi todos los países de Latinoamérica”.

5. “Es cierto que la imagen se reconoce con mucha más facilidad que un texto escrito o requiere menos concentración que un mensaje sonoro. Esta forma de leer las imágenes más allá de los textos demanda una forma distinta de abstracción. Estos procesos operan en la configuración de las identidades, porque cuando vemos al otro, lo componemos en un sentido artístico”.

6. “El ver no es un acto neutro, ni una actividad dada y cumplida en el propio acto biológico y sensorial o puramente fenomenológico. Sino un acto complejo y cultural y políticamente construido y lo que conocemos y vemos en él depende de nuestra pertenencia y participación de uno u otro régimen escópico (Martin y Torres, 2013:50)

El texto se centra en explicar la identidad como el motor que mueve la lectura de una imagen. La relación con mi tema se establece a partir de que las autoras hablan de la identidad entendida como códigos culturales, que se activan al ver una imagen en el espacio virtual desde los imaginarios, definiendo imaginarios como “acción y efecto de la imaginación, asociada a la capacidad humana de componer ‘retratos’ mentales” (Martin y Torres, 2013:6). En mi investigación, imaginario será el vínculo de una sociedad, su mundo y sus necesidades, con aquél conjunto de esquemas necesarios para la representación de lo existente, haciendo énfasis en que las imágenes son el enlace que la sociedad establece para representar sus necesidades.

La aproximación que hacen las autoras sobre los términos de identidad e imaginarios, es pertinente para esta investigación porque ambos son conceptos que explican a detalle parte de los componentes de las imágenes que se distribuyeron del movimiento, y porque las creaciones fueron visualmente arriesgadas y propositivas en términos culturales, al ridiculizar al poder e intentar visibilizar las graves deficiencias del gobierno que actualmente nos rige.

Ahora bien, la imagen en manos de los poderes hegemónicos es dirigida para consumir, para campañas políticas que validan los discursos de los políticos, o también es usada para descalificar. En el caso del movimiento, las imágenes distribuidas por la televisión mostraban una protesta en contra de Peña Nieto tras su visita a la Universidad Iberoamericana, y las versiones “oficiales” aseguraron que los manifestantes eran “porros” y “acarreados”. La protesta política ha encontrado en internet, específicamente en las redes sociales, un espacio de crítica y a veces reflexión.

3.1.1 La vinculación de las imágenes al aspecto social

Raquel Tibol, por su parte, en el libro *Gráficas y Neográficas en México* elabora un recuento histórico de obras plásticas y de los autores que han contribuido a la creación de imágenes políticas en México. Su inventario comienza con la introducción de la litografía en nuestro país y termina con la revitalización que hicieron algunos artistas al carácter y la función del grabado en los años sesenta sin la presencia de internet. La importancia del texto consiste en que Tibol enumera las veces que los artistas aportaron a las causas sociales con su creación artística, mostrando mediante la gráfica aspectos de su época, mucha de esa obra fue difundida mediante marchas, conferencias y mítines.

El libro de Raquel Tibol no es una discusión sobre lo político en el arte y el arte político, su recuento se centra únicamente en la valoración de cuánto se ha aproximado el arte a lo social y a plasmar ideas políticas:

“El arte empieza cuando la obra plástica es vehículo de ideas grandes que van más allá del goce egoísta, ideas capaces de unir a los hombres, elevarlos y prepararlos para acciones necesarias”. (Tibol 1987: 18)

Aunque el texto no profundice en una discusión sobre el arte, no significa que no la haya, para la autora “las polémicas entre los productores de artes plásticas han sido y siguen siendo catalizadoras de fecundidad y de orientación entre los artistas y los

espectadores” (Tibol 1987: 69). ¿A qué hace referencia el comentario de la autora? En 1954 el Taller de Gráfica Popular (TGP) cumplía 17 años y con ello sus miembros y fundadores discutían sobre el rumbo que debía tomar el taller. Raquel fue testigo de esa discusión en la que participaron en aquel entonces Leopoldo Méndez, Pablo O’Higgins, Luis Arenal, Fanny Rabel, Roberto Berdecio, Mariana Yampolsky, Ángel Bracho, Ignacio Aguirre, Raúl Anguiano, Diego Rivera, David Alfaro Siqueiros y Juan O’ Gorman.

El debate era porque los miembros creían que el TGP se encontraba sumergido en la producción política más que artística, lo cual desencadenó una serie de ideas y comentarios para intentar situar el papel de los artistas y el taller. Dentro de esa discusión transcribo las siguientes posturas:

- **Pablo O’Higgins:** La fuerza del TGP se ha basado en el trabajo colectivo. Nuestro principal interés es el contacto con el pueblo y las organizaciones populares. Esto no lo lograremos sin el trabajo colectivo, trabajo que incluye la discusión, la crítica y la autocrítica.
- **Roberto Berdecio:** El TGP no es una organización política, ni sustenta un determinado credo político. Su objetivo fundamental es llevar la producción de la estampa al pueblo, esa es la base de nuestra unidad.
- **Ángel Bracho:** Nos educamos discutiendo no sólo los problemas de carácter artístico, sino los que interesan a todo el pueblo, nacionales e internacionales. Nos preocupa, por ejemplo, la amenaza de la guerra y por eso tratamos de enseñar mediante nuestra obra el significado de la paz.
- **Leopoldo Méndez:** Por investigación, talento o genio, en los últimos años Posada abandona los buriles, deja de ser grabador como lo somos nosotros ahora y utiliza el procedimiento del zincogravado. Seguramente no lo hizo porque pensara en las formas del arte como cuestión primordial sino por la urgencia que le planteaban los editores.
- **Mariana Yampolsky:** Las condiciones de México son muy especiales y norman nuestra acción. México es pobre y como nosotros no vemos dónde hay dinero también somos pobres. Debemos trabajar los carteles que los sindicatos nos encargan porque esos sindicatos no tienen para pagar offset. El día que aquellos tengan para pagar

offset o cualquier otro sistema moderno posiblemente cumpliremos nuestros propósitos dibujando o con cualquier otra disciplina artística. Esta es la respuesta tácita a quienes nos dicen que aún estamos atacando a Porfirio Díaz, por otra parte, si todavía nos preguntan porque tratamos temas de la Revolución Mexicana, es porque todavía existe el latifundio. Preguntamos ¿qué otro artista hizo algo en el caso de los Rosenberg, de los mineros, de los presos políticos, de la tragedia de Angangueo, en la cuestión del costo de la vida?

- **Diego Rivera:** El arte actual en México, por lo menos en la sección que realmente puede llamarse arte por su calidad de tal, tiene su origen en la lucha política agrario-democrático-burguesa, anti-feudal y anti-imperialista del pueblo de México.

- **David Alfaro Siqueiros:** El TGP sí puede modernizarse, si puede mecanizarse, si puede producir una estampa de mayor calidad y mayor alcance. Para ello no necesita rotativas ni máquinas de offset ya que el trabajo material lo puede hacer fuera de su propia casa. Nadie podría negar que la obra del TGP empieza a ser más conocida en el extranjero que en México, su alcance entre las amplias masas de nuestro país es mínimo. Esto puede corregirse y debe, ya que los artistas reunidos en el TGP tienen talento y gusto por esa manera artístico-política que es el grabado.

- **Juan O’Gorman:** La obra de José Guadalupe Posada es satírica, burlesca, da la impresión de una vacilada constante, y la obra del TGP, con todo lo excelente que es, da la impresión de que México es un país ahíto de tristeza. Si los grabadores del TGP impregnaran sus críticas de burla, esa burla da alegría que a la vez da una sensación de fortaleza, el pueblo buscaría sus obras. Además que en muchos casos la obra del TGP está ligado a un determinado pensamiento político partidista, cosa que no acontecía con Posada. (Tibol, 1987: 73, 75, 89)

Lo que se percibe en la discusión que se llevaba a cabo es sobre el lugar del TGP y su obra, como dijo Yampolsky, las condiciones de México determinaban su producción y si el país no tenía dinero, los artistas eran incapaces de cobrar la obra y la regalaban. Después tenemos otro gran problema que enfrentaban ¿Cómo masificar y modernizar su obra? ¿Cómo hacerla llegar a todas las esferas de la población? Ellos suponían que cohesionándose como un colectivo, cambiando las técnicas, pero la clave se las da O’Gorman al decirles que su mensaje debe ser menos solemne y agregarle la alegría y la

burla, también les advierte que debe tener menos elementos tendenciosos hacia un solo pensamiento político.

La discusión de los artistas dentro del TGP es retomada porque ayuda a ubicar históricamente esta investigación, pero además es importante el recuento de las voces, ya que las demandas de los artistas de la época consistían en revelar los atropellos a la vida social, cometidos por el gobierno. También la discusión nos ubica en un momento en el que ellos buscaban expandir su mensaje, darle otro giro. Por ejemplo lo que les dice O’Gorman “si impregnaran sus críticas de burla, esa burla da alegría que a la vez da una sensación de fortaleza, el pueblo buscaría sus obras” (Tibol 1987: 89). La burla es un elemento característico del movimiento #Yosoy132, la burla a EPN, ya que satirizar los acontecimientos terribles es una forma de reconfortarnos frente al panorama político.

Durante ese periodo, ni Rivera, Siqueiros u O’Gorman cuestionaban la legitimidad artística de la gráfica del TGP; su propio freno lo impusieron los mismos artistas militantes del taller, como escribe Tibol:

“Cuando Leopoldo Méndez falleció, en 1969, y Celia Calderón se suicidó ese mismo año, la polémica entre los grabadores mexicanos se había apagado, quedaba sólo una cualidad común a los que se agruparon en el TGP: el anti-mercantilismo. En 1977 se celebraron con una exposición los 40 años de existencia del taller, lo que se reveló fue la desarticulación del aparato crítico del TGP que había sido sustituido por retratos de conocidos personajes radicales, sin complementos que llevaran a entender las razones de porque un personaje y no una idea”. (Tibol, 1987: 175)

Para los años setenta el tema del arte político se transforma gracias a la aportación de Arnulfo Aquino y una colección de carteles chicanos que recopiló en sus viajes por California, Texas y Nuevo México. En ellos la temática se simplificaba ya que su mayor cualidad era lo directo del mensaje, la autora reconoce que algunos artistas aportaban diseños pero que sus productos no eran de profesionales del cartel.

“Juan José Gurrola comentó: esta exposición nos viene a recordar que todo es posible, como que todo empieza a ser posible, y es una bonita sensación. Es un juego en serio”. (Tibol, 1987:269)

“Entre carteles, volantes, botones, banderines, portadas de libros y discos de las diversas comunidades chicanas, se pudo ver un grabado donde una virgen de Guadalupe aparecía posada sobre una hamburguesa, llevando por manto la bandera de Estados Unidos. En otro grabado la virgen aparecía desnuda dentro de la aureola. La renovación iconográfica de la gráfica chicana comenzó entonces a inquietar a algunos artistas mexicanos”. (Tibol, 1987: 269)

El libro de Tibol habla de una evolución en la gráfica, pero también nos explica mediante relatos de los artistas la importancia que tenía para ellos el contexto en el cuál elaboraban su producción, un momento de evolución dentro de la gráfica, un momento imparable al que ahora se le deben agregar las redes sociales como una forma de distribución y como un lugar en donde se produce y reproduce cierta valoración estética con una estrecha vinculación a lo social.

Otro texto que vincula la imagen con lo social es justamente de Arnulfo Aquino Casas *El 68 en la gráfica política contemporánea. El cartel y la estampa de implicación social en México*, donde se abordan las principales demandas del movimiento estudiantil de 1968, que tuvo también gran impacto en sus formas de rebeldía. Algo que me parece importante rescatar es que el autor hace una distinción entre la comunicación gráfica panfletaria y el arte más elaborado que respondía a la necesidad de protestar ante los acontecimientos que se suscitaban en ese contexto.

“La producción de propaganda gráfica desde las comunidades estudiantiles fue la respuesta necesaria y espontánea para denunciar la campaña de difamación de los medios masivos y para difundir la propia versión de los acontecimientos al pueblo. Fue realizada en prácticamente todas las escuelas en huelga, pero las imágenes que rebasaron el puro sentido panfletario fueron principalmente las de las escuelas de artes plásticas: la Escuela Nacional de Artes Plásticas (ENAP) de la Universidad Nacional

Autónoma de México (UNAM) y la Escuela Nacional de Pintura, Escultura y Grabado del Instituto Nacional de Bellas Artes”. (Arnulfo 2009:13)

En una primera aproximación a las imágenes de mi trabajo logro diferenciar que circularon por la red: fotos manipuladas, imágenes intervenidas, caricaturas y carteles. Para mi análisis he rescatado de todo tipo de imágenes, por esa razón expongo la definición de panfleto.

“Un panfleto es un escrito o libelo breve generalmente agresivo o difamatorio. Por extensión, se emplea para escritos de propaganda política. No debe confundirse con el término inglés *pamphlet*, del que deriva, ya que éste no contiene las connotaciones negativas del español y se traduce más correctamente como folleto. Su formato original, así como el más habitual, es la octavilla, por su fácil impresión, su bajo costo y su rápida difusión. El estilo propio de los panfletos (agresivo, incendiario) recibe el nombre de panfletario. La persona o personas que escriben este tipo de textos suele(n) llamarse panfletista(s)²”.

Un texto puede ser panfletario, pero también una imagen, una obra de teatro, un discurso. La definición se centra principalmente en textos, pero para este trabajo se extrapolará esa definición a las imágenes. Entre las peticiones de los alumnos del 68 se encontraba la abrogación de los artículos 145 y 145 bis., que criminalizaban cualquier tipo de protesta política que perturbara el orden de la paz. Finalmente, en 1970, esa ley fue derogada. Aquino Casas hace un recuento de las técnicas y las corrientes artísticas que utilizaban los estudiantes al calor de la moda en la época.

“La bayoneta, el gorila, la paloma ensangrentada, el candado en la boca, la madre atemorizada, la figura presidencial ridiculizada y otras representaciones contra la represión fueron símbolos principales desde los primeros días de lucha. En un principio, estas producciones estaban formalmente ligadas con el Taller de Gráfica Popular (TGP) o se resolvían con monos caricaturizados, pero en el transcurso de los acontecimientos los estudiantes desarrollaron nuevos códigos visuales: se incorporaron e intervinieron

² Definición recuperada de <http://definiciona.com/panfleto/>. Última actualización 2014.

las imágenes de la Olimpiada: de los aros olímpicos del México 68 surgieron soldados a bayoneta calada, los señalamientos fueron estampados con botas, granaderos golpeadores, macanas, pistolas, bazucas o tanques, hasta llegar a la paloma picassiana intervenida directamente en vitrinas y paredes de la calle; asimismo, surgió la imagen épica con la presencia de El Che, Zapata, el obrero en lucha, el puño alzado y la V de la victoria. Después aparecieron otros elementos figurativos, referencias a las tendencias neo-humanistas de la época: perfiles y rostros siluetados y manchados, figuras amordazadas, encerradas, torturadas, encarceladas o muertas; en algunos casos, la forma se fue simplificando hasta llegar a la abstracción y el diseño, de esta manera podemos afirmar que la imagen se diversificó de acuerdo con los estilos artísticos de la época, a la par que cumplió su función de denuncia y propaganda del movimiento. Los formatos fueron diversos y más bien pequeños. En principio se trató de grabados acompañados con tipografía, después se desarrollaron como “pegotes” y carteles. En la impresión se utilizó el grabado en linóleo y en metal conformados para prensa plana; asimismo, se descubrió la serigrafía como técnica apropiada para la propaganda. En su actitud, esta gráfica es irreverente, contestataria, libertaria y la principal función fue comunicativa más que estética”. (Arnulfo 2009:13)

El autor menciona también que la función de la gráfica del 68 fue mucho más comunicativa que estética, y a simple vista se observa lo mismo en la gráfica del movimiento 132, llena de similitudes con las imágenes del movimiento del 68, o tal vez la similitud consiste en las peticiones, y el mensaje construido responde a las mismas necesidades de hace 45 años. Además, con la exploración realizada a las imágenes sabemos que nunca se encuentran vacías, en el caso de las políticas, ellas llevan un mensaje dirigido.

Otro de los elementos que toca el texto es la distribución y la forma cómo se fue expandiendo el cartel, primero en marchas y mítines, después en eventos conmemorativos, festivales, aniversarios de algún hecho histórico, poco a poco se fue creando el espacio para distribuir el arte que se imprimía en talleres, los colectivos de artistas organizaban eventos donde exponían los carteles e incluso se movilizaban para responder a ciertas necesidades sociales.

El autor, además de hacer un recuento histórico, señala dos momentos importantes para la gráfica mexicana, y esos son el levantamiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional y los feminicidios en Ciudad Juárez, para esos momentos el internet aún no cobraba tanta fuerza, entonces el autor acota:

“En 1994, el levantamiento zapatista del 1 de enero en Chiapas recibió la solidaridad y apoyo de diversas organizaciones de la sociedad civil y, asimismo, provocó la creación de un sinnúmero de diseños de carteles y otras manifestaciones gráficas, como las “pegas”, realizadas por artistas y diseñadores, mismas que funcionaron, lo mismo que las imágenes del 68, como micro-propaganda pegada en cualquier pared o recodo urbano. Varios fueron los acontecimientos políticos y culturales que siguieron a este levantamiento y diversas también las manifestaciones gráficas de solidaridad con los neo-zapatistas. Como ejemplo, el cartel realizado por el Comité 68, con motivo de la visita a la ciudad de México del Subcomandante Marcos; también debemos incluir siete carteles diseñados ex profeso para denunciar la matanza de Acteal en 1997”. (Arnulfo 2009:13)

En Ciudad Juárez:

“En 2002, ‘Las muertas de Juárez demandan justicia’ fue la consigna a la cual respondieron 64 diseñadores con carteles que denunciaban el genocidio de mujeres en Ciudad Juárez, Chihuahua. Diversas exposiciones resultaron de esta convocatoria, pero la principal fue en la glorieta del Metro Insurgentes, en la ciudad de México, el 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer”. (Arnulfo 2009:13)



Rafael López Castro, de la carpeta por Acteal,
1997, serigrafía. Archivo Arnulfo Aquino.
Tomada de: <http://discursovisual.net>

CD. JUÁREZ
8 de mayo de 2012



DE MORELOS Y JOSÉ MANUEL MORELOS
www.morosos.com

José Manuel Morelos "Las muertas de Juárez demandan justicia", 2002, impresión digital. Archivo Arnulfo Aquino
Tomada de: <http://discursovisual.net>

Abordar cómo se expandía la propaganda política antes del auge del internet es necesario para entender la potencia que tienen ahora las redes sociales, y una adecuada producción que revele las demandas sociales, así como la importancia que tiene para representar las diversas necesidades y requerimientos del contexto. Ahora bien, existe un apartado donde el autor menciona qué pasa cuando los carteles políticos entran en la red y ese punto me sirve para entender la distribución de las imágenes políticas del movimiento #Yosoy132.

3.1.2 Sobre el movimiento magisterial-popular de Oaxaca en 2006:

“En 2006 la expresión gráfica política salió del centro a la periferia y se manifestó explosiva y contundente en la ciudad de Oaxaca. Aquí se desarrolló la primera rebelión del siglo XXI, ahora tocó su turno al estencil como medio de protesta, denuncia y resistencia, que junto con las marchas, mítines y radio se reprodujo masivamente, mostrando al mundo por diversos medios la importancia de este movimiento; en la cobertura, internet tuvo un papel determinante. Con estos acontecimientos la gráfica oaxaqueña cerró un ciclo que se inició en el 68 y mostró de qué manera, en los contextos de un movimiento social, frente a las versiones oficiales del gobierno las imágenes gráficas, utilizadas como propaganda política desde las comunidades en lucha, pueden disentir y proponer otros puntos de vista; asimismo, estas imágenes aglutinaron, cohesionaron y dieron identidad. Los autores fueron principalmente colectivos de jóvenes, creadores plásticos involucrados con la democracia y justicia social”. (Arnulfo 2009:13)

Este texto es el que más se aproxima a mi tema porque empieza a establecer las primeras relaciones entre las imágenes sociales y el internet, precisando que logran hacer visibles otros puntos de vista políticos y las exigencias de la periferia, logrando que cierto público simpatice con las causas sociales.

3.1.3 La imagen como nueva comunicación de los movimientos sociales

El texto *Movimientos Sociales, Comunicación Masiva y Comunicación Alternativa* elaborado por Guiomar Rovira Sancho, explora con más detalle el papel de las protestas sociales dentro de las redes, realizando una reflexión sobre el internet como espacio de comunicación:

“Los medios de comunicación masiva siguen siendo hoy las plataformas donde los movimientos sociales buscan presentarse ante públicos amplios para dar a conocer sus demandas. Sin embargo, la extensión del uso de internet y las redes sociales electrónicas han roto el poder mediático de silenciar o tergiversar el sentido de las

protestas sociales, al permitir generar esferas de comunicación alternativa donde los activistas pueden presentarse en sus propios términos y generar públicos sensibles a sus demandas” (Rovira, 2013: en línea)

Rovira realiza un análisis de las formas como los movimientos sociales buscan legitimar su protesta a través de los medios alternativos, y centra su estudio en la potencia que adquieren cuando se enfocan en los elementos culturales que facilitan el fluir de las demandas y potencian las posibilidades de éxito de la movilización. Ella considera que el internet y las redes sociales todavía encuentran cierta desventaja respecto a los medios de comunicación hegemónicos, pues sin un adecuado mensaje es imposible encontrar una respuesta dentro de esos espacios, además de mencionar que el bajo presupuesto de algunas manifestaciones suele ser un problema.

“El activismo informativo y los medios alternativos topan con graves limitaciones, que van desde la dificultad de acceso marcada por la falta tanto de recursos como por la carencia de alfabetización tecnológica, hasta la no siempre exitosa habilidad para idear contenidos atractivos, que sean vehículos de propuestas novedosas para sus audiencias. Romper la marginalidad auto-referencial de los circuitos activistas representa un reto mayor para quienes pretenden a través de la comunicación facilitar o propiciar procesos de transformación social. Contrarrestar la influencia de los medios masivos, poderosos, con recursos, con enorme difusión, es todavía una utopía”. (Rovira 2013: en línea)

Una de las demandas del movimiento #Yosoy132 era la democratización de los medios masivos y la autora concuerda con que aún falta mucho por hacer para que se logre una verdadera democracia mediática. Si bien es cierto que las redes sociales aún no son una herramienta determinante para legitimar un movimiento, si son una herramienta que permite darles una réplica. Considero que aún es exagerado afirmar que las redes han cambiado totalmente la configuración mediática, aunque cada vez se nota más su influencia dentro de los medios hegemónicos.

Un movimiento social suele ser un fenómeno coyuntural generado a partir de tensiones que ponen en conflicto los intereses de ciertos sectores, en especial los sectores vulnerables. El fenómeno del movimiento #Yosoy132 y sus demandas parecen nuevas, pero no lo son. Uno de los problemas que enfrenta el país y al parecer el mundo en general es la desmemoria, y la gráfica política deja un importante registro del por qué ocurrían ciertos fenómenos sociales y cuáles eran sus peticiones, como he insistido en este trabajo, México es un país con una larga trayectoria en movimientos sociales, y muy poca recopilación sobre su gráfica.

El texto *Los movimientos sociales en la era del internet* habla sobre la conectividad de los individuos para reconfigurar e intervenir los espacios públicos con nuevas manifestaciones políticas, cada vez más independientes del Estado o los medios de comunicación hegemónicos. Las autoras son Silvia Lago y Ana Morotias. Ellas explican:

“Sin desconocer las dificultades de acceso, tanto a nivel de recursos materiales como en lo relativo a la necesidad de poseer ciertos conocimientos específicos, internet ofrece a los movimientos sociales la posibilidad de ser los creadores de sus mensajes y no depender de la voluntad política y económica de los grandes conglomerados multimedia. La ampliación del acceso a la información y la posibilidad de producir su propia información, modifica los estilos de la intervención política”. (Lago y Morotias 2006: 24)

Más allá del debate que se genera sobre la importancia de las redes sociales en los movimientos, sabemos que sí existe una influencia que motiva a los usuarios a redefinir sus relaciones con los espacios, la política e incluso los sujetos. Ahora bien, existe también el debate sobre “nuevos movimientos sociales” y “viejos movimientos sociales”. Las autoras describen que no existen “nuevos movimientos sociales” sino que son los mismos, sólo que las demandas ahora son globales y que además los actores sociales utilizan los recursos que se ofrecen en la actualidad, mejorando su campo de intervención en el ámbito político:

“Alan Touraine (2000) alerta sobre la aparición de nuevas preocupaciones y nuevos horizontes para los movimientos sociales, muchos de los cuales tan sólo se pueden explicar a partir de las acciones que son capaces de proponer y de ejecutar en un mundo de flujos de comunicación en red. En estudios previos había establecido una tipología definiendo a un movimiento social a través de tres categorías analíticas, la identidad del movimiento, el adversario y la visión o modelo social”. (Morotias y Lago 2006: 21)

Para situar mi análisis debo colocarme también sobre ese debate y decir que el movimiento #Yosoy132 fue un movimiento tradicional, pues aunque estaba basado en una horizontalidad de jerarquías, los voceros más representativos pertenecían a universidades privadas, con gran familiarización de las nuevas tecnologías y además contactos para poder hacer una red de información que trascendiera las dificultades que alguien de una universidad pública pudiera enfrentar; aunque posteriormente se extendió por todo el país, su comienzo sí marca su posterior repliegue y una reconfiguración de las redes. Otro de los aspectos que las autoras mencionan es la relación informar/contra-informar, porque un usuario que se apodera de internet para hacer de ella una herramienta política también puede contra-informar. En este trabajo decidí escoger las imágenes porque aparecen muy pocos discursos sobre el movimiento #Yosoy132. Originalmente, insisto, su cohesión se dio por hacer visibles, a través de diversos discursos, demandas que eran parte de toda una sociedad de jóvenes que buscaban un cambio. Para ellos cito de nuevo a las autoras:

“En oposición al discurso de los medios de masas, que construyen un receptor indiferenciado y emiten mensajes que intentan borrar las diferencias, los medios alternativos se ocupan de las problemáticas concretas de sectores que no se ven representados en los grandes medios; por este motivo, tienen arraigo en las experiencias cotidianas de determinados grupos o sectores sociales. Además, tratan de comprender la realidad social para lograr propuestas de cambio”. (Morotias y Lago 2006: 34)

Si bien tampoco colocan al internet como un “milagro” para unir o legitimar ciertas formas de protesta, sí adquiere importancia decir que por medio de la web 2.0 se han hecho visibles demandas particulares así como el enojo social generado en el país.

3.1.4 La semiótica de la imagen

Dentro de los textos que revisé se encuentran dos tesis, una de ellas sobre la gramática visual, tesina realizada por Olivia Pineda Arzate y la otra, un análisis sobre la caricatura política de Rius, elaborada por Patricia Hernández. La relativa a la gramática visual me ayudó a entender que las imágenes que pretendo analizar, además de que fueron creadas bajo un contexto político muy específico, son discursos que desbordan creatividad y color:

“No hay lugar en el mundo donde no existan ni momento histórico en el que no hayan estado presentes las imágenes, aunque parece que han establecido su reinado en la época actual debido a los medios electrónicos, en los que han encontrado el soporte idóneo para su producción y transmisión; por supuesto esta afirmación aparentemente tan simple no lo es.” (Pineda 1997: 53)

El tema principal del trabajo de Pineda se enfoca más a la percepción de la imagen (en términos generales) de la cual, sólo retomo el aspecto de reconocer al receptor como un miembro del proceso que completa la interpretación de una imagen, tanto en términos psicológicos, como fisiológicos.

Dentro del texto encontré las perspectivas de dos autores: el primero es Jacques Aumont (1992), quien afirma: “las imágenes tienen doble realidad, una la podemos percibir como una superficie plana y la otra como una superficie tridimensional”. (Pineda, 1997: 53) En esa tesis lo fundamental fue que se asocia la imagen a una organización simbólica (cultura, sociedad y época histórica)

En el texto de Análisis semiótico de la caricatura de Rius, se explora la semiótica desde la perspectiva de Umberto Eco (1992):

“La cultura se considera un sistema de comunicación posible por la interacción de los individuos con su medio, el conocimiento adquirido por la experiencia, las tradiciones, costumbres, formas de vida, emociones, etcétera. Esto se confirma en el reconocimiento espontáneo, casi natural del signo, a pesar de no contar con la definición estrictamente científica o semántica para definir el significado, este proceso está basado en ciertas convenciones culturales que permanecen en la sociedad. Saussure señala que “todo medio de expresión recibido de una sociedad se apoya en principio en un hábito colectivo o, lo que viene a ser lo mismo, en una convención”. (Hernández, 1997: 87)

La caricatura de Rius se encuentra plagada de mensajes políticos y de una carga ideológica y contestataria de la que se encuentran llenas los carteles del movimiento #Yosoy132. La exploración de ese trabajo me permitió acercarme también al enfoque teórico de Eco sobre la imagen, de nuevo lo cito:

“Cualquier índice visual me comunica algo, por medio de un impulso más o menos ciego, basándose en un sistema de convenciones o en un sistema de experiencias aprendidas” (Hernández 1997: 87)

Dentro de la red social las imágenes están cargadas de sátira política y dieron la posibilidad de que se expandieran no sólo porque la red es una tecnología que permite la comunicación global, sino porque los usuarios de las redes sociales tenían un bagaje de experiencia y conocían la circunstancia política que los rodeaba. De lo contrario no se hubiera *viralizado*.

Ahora bien, las nuevas tecnologías juegan el papel de informar con el elemento de la inmediatez y de expandir el conocimiento, lo cual altera las formas tradicionales de hacer política, porque justamente los usuarios experimentan una conexión inmediata y

global con la información, y dejan de depender de los medios tradicionales como únicas fuentes de información.

En síntesis se puede concluir que debido a los textos revisados se puede ubicar esta investigación dentro de tres debates importantes: el primero, es sobre la evolución de las imágenes políticas como producción artística y su propia reconfiguración frente a las políticas y parámetros que cambian junto con las sociedades. El segundo, es sobre los movimientos sociales y su lugar histórico, es decir, hay autores que afirman que los movimientos sociales no aportan nada nuevo y su configuración sigue siendo la misma desde hace años, mientras que otros autores afirman que sí se aportan elementos que ubican una transgresión política. Por último, el tema del debate sobre las redes sociales como herramienta milagrosa que cohesiona y masifica los mensajes, su importancia ética en la actualidad y sus aportes.

Capítulo IV. Marco Teórico

Los movimientos sociales son un fenómeno constante, y en México se les ha generado cierto desprecio y se les descalifica, pero sus aportes visuales dejan registro de su importancia y de que las demandas siguen siendo las mismas desde hace muchos años. En este apartado se revisan las teorías utilizadas para analizar las imágenes del movimiento y descubrir las formas en que se han hecho visibles las demandas asociadas con la justicia social y la democracia.

Mientras avanzo en la redacción de esta tesis otro movimiento social ha ocupado las calles de la ciudad, se trata del movimiento de la Coordinadora Nacional de los Trabajadores de la Educación (CNTE) que se moviliza en estos inicios de 2012. En nuestro país es bien sabido que la educación no ha sido la prioridad de los gobiernos. En el primer capítulo de la presente tesis (sencillamente para enmarcar el caso) mencioné que la prioridad del gobierno de Felipe Calderón fue fortalecer el poder militar y emprender una guerra contra el narcotráfico.

La sola mención de esa acción federal engloba el descuido que se ha tenido respecto al tema de la educación. El movimiento de la Coordinadora se rehúsa en principio a la reforma educativa promulgada por el gobierno de EPN; según él, esa reforma ayudará a mejorar la educación; sin embargo, parece un mecanismo que culpa a los profesores del atraso educativo. De nueva cuenta en los medios de comunicación hegemónicos se lanzaron una serie de versiones mediáticas que promovieron la animadversión contra los profesores.

Las redes sociales se incendiaron con posturas a favor y en contra de ese movimiento y la polarización del país se vio reflejada en una batalla de opiniones en Twitter y una avalancha de imágenes en Facebook. Es interesante observar cómo las redes sociales, que fueron creadas para una supuesta socialización virtual, se convierten ahora en un fértil terreno de discusiones políticas e incluso de guerras ideológicas. Las redes se usan como un nuevo espacio público. El lenguaje dentro de las redes es algo muy propio y las imágenes cobran una relevancia donde ellas mismas son un discurso.

El movimiento magisterial sería motivo de otra tesis, pero no puedo dejar de mencionar que el ciclo comunicativo que causa efervescencia en las redes sociales, es similar al que en su momento #Yosoy132 mantuvo dentro de internet: imágenes, insultos, burlas, apoyos y desprecios, fue lo que se representaba a través de las imágenes, tal como sucedió en el 2012 con el movimiento estudiantil.

4.1 Uso político de las redes sociales. Del territorio de socialización al territorio político y sus discursos

Las redes sociales cobraron relevancia durante las campañas electorales de 2012 porque justamente ahí se gesta el movimiento estudiantil, pero antes de ese estallido ya había un discurso que circulaba por la red, incluso los tres candidatos principales (Enrique Peña Nieto, Andrés M. López Obrador, Josefina Vásquez Mota) contaban con cuentas oficiales en Facebook y Twitter, y exhibían los resultados de sus actos de campaña, pero ¿por qué los candidatos extendieron su presencia hasta las redes sociales?

La respuesta puede formularse de forma sencilla: las redes comenzaron a formar parte de su estrategia política, pero ¿qué es política?

Las definiciones que retomo para este trabajo van desde Aristóteles hasta Reinaldo Cortés:

Aristóteles: El término proviene de la palabra griega *polis*, cuyo significado hace alusión a las ciudades griegas que formaban los Estados donde el gobierno era parcialmente democrático. La política es una actividad orientada en forma ideológica a la toma de decisiones de un grupo para alcanzar ciertos objetivos. También puede definirse como una manera de ejercer el poder con la intención de resolver o minimizar el choque entre los intereses encontrados que se producen dentro de una sociedad. La utilización del término ganó popularidad en el siglo V, cuando Aristóteles desarrolló su obra titulada justamente *Política*.³

Reinaldo Cortés:

“Es una forma potencial o efectiva de proceder, una práctica, una serie de hechos al servicio de una idea; porque se habla de política desde la gestión total de los asuntos públicos a la conducta individual para el logro de un fin privado. Y es que esta voz,

³ Esta definición fue rescatada de un sitio de internet, no existe un autor como tal, sólo el portal. Me pareció pertinente la explicación. Cito la fuente: Definición.net [en línea] Disponible en: <http://definicion.de/politica/> Fecha de consulta 27-09-13

dentro de esa coincidencia de procedimientos teleológicos, posee dimensiones muy distintas, que la diversifican en grado sumo (...)” (Cortes 2009:12)

Las reflexiones aristotélicas sobre la política cuentan con dos mil años de antigüedad y aunque no han sido rebasadas del todo sí se debe decir que los medios de comunicación masivos le han agregado otro ingrediente que la margina, pues el tema ya no es la política como actividad democrática, sino como actividad ideológica asociada al capitalismo, la burocracia y la autoridad. Tanto se ha transformado la definición original, que ahora se asocia por completo a la política con una intención de voto y un ejercicio del poder.

El profesor Reynaldo Cortés (2009) define a la política como el arte de gobernar a los pueblos y como acciones al servicio de una idea. Aristóteles decía que ese arte de gobernar a los pueblos descansaba en un tratado teórico-práctico, que él llamó retórica.

En las ciudades con democracia acotada de la Grecia antigua Aristóteles utilizó la retórica como herramienta para ejercer la política, y era un recurso muy empleado para la defensa de un inculpado. Para ese momento él ya se había encargado de estudiar a sus antecesores que habían explorado el arte de la oratoria con fines persuasivos. La retórica, en términos comunicativos, es el mensaje que apela a la razón encadenando argumentos para así convencer al otro de algo; en la política actual, es la herramienta principal de las campañas electorales para atraer votantes.

El arte de la palabra y el razonamiento fueron evolucionando y con el tiempo la retórica no sólo era un ejercicio de oratoria, también se extendió a varios campos disciplinarios, evolucionando las estrategias de persuasión. En la actualidad encontramos proposiciones que apelan a la razón, al humor, a la comparación y a la emotividad.

La fuerza de un mensaje se mide por su persuasión. De acuerdo a la RAE⁴, *la persuasión* es la capacidad o habilidad para convencer a una persona para que haga o crea alguna cosa, empleando argumentos o razones. Con base en lo anterior las formas visuales se configuran sumando varias tácticas, como son: metáfora, doble sentido, oxímoron, prosopopeya, hipérbole, entre otras, distribuyéndose por los medios

⁴ Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.

de comunicación de masas y por una compleja red tecnológica que se encarga de tejer nuevas relaciones entre medios, sociedad y procesos comunicativos.

Para Manuel Castells (2009) los procesos económicos y tecnológicos generan un reacomodo social y la sociedad conectada globalmente a través de las nuevas tecnologías le va a inyectar a la política un impulso renovado. Esto quiere decir que los mensajes de esos grupos adquieren una nueva dimensión, tanto masiva como de significado. Ese tipo de redes son las que van conformando un nuevo ejercicio del poder. Es ese ejercicio lo que los candidatos buscaron en las elecciones presidenciales. Los aspirantes a la presidencia utilizaron ese nuevo sistema de conexiones globales para exhibir sus logros de campaña y de esa forma persuadir a los pobladores a votar.

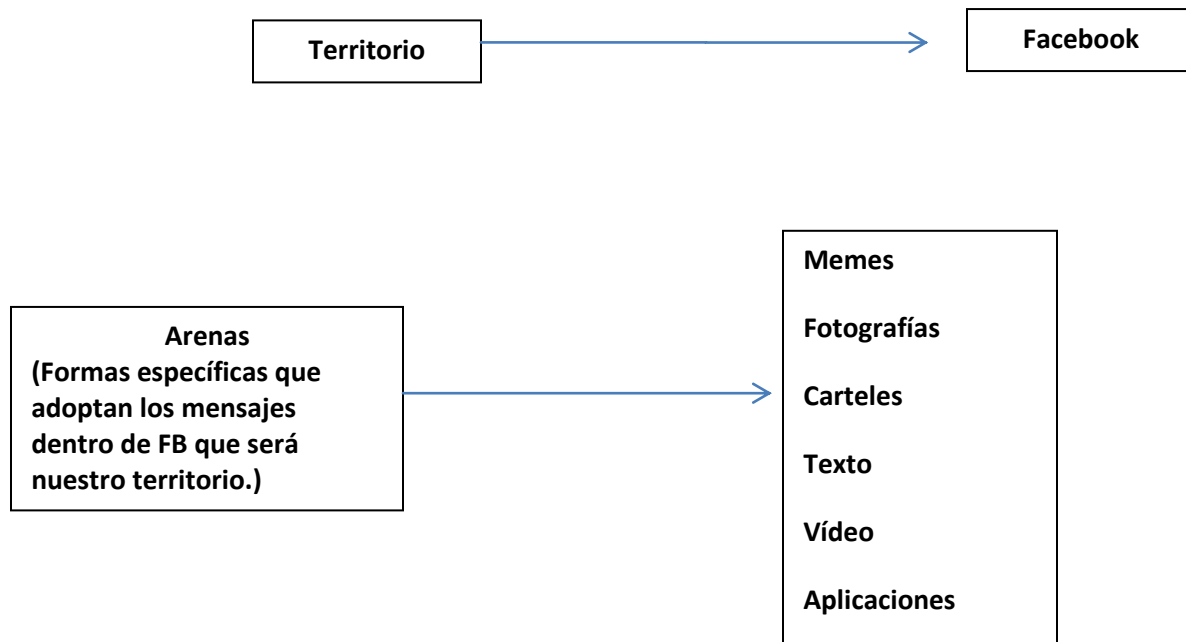
Castells (2009) acierta al decir que hay tres formas de usar el poder: la primera es mediante la violencia, la segunda es a través del dinero y la tercera con base en la confianza. De las tres formas, la última suele ser la más usada por su alcance. En este análisis no detallaré cuáles son esas estructuras de poder, pero lo cierto es que dentro de Facebook, durante el 2012, proliferó una gama de imágenes cargadas con contenido ideológico; entonces los discursos dejaron de ser orales para cobrar forma y color.

Facebook surge en 2004 y la finalidad de esa plataforma fue crear una red que permitiera la conectividad de los sujetos y la socialización a distancia, digamos que ese era su objetivo principal, ver a tus amigos, comentar sus fotos, dar “like” a un comentario, etcétera. Ahora sus funciones son utilizadas para expresar ideas, contradecir y retar al propio poder del Estado, como hicieron los participantes del movimiento #Yosoy132.

Para André Gosselin (1998)⁵, es pertinente para el análisis de la comunicación política conocer el eje de lo que él llama “los territorios y las arenas, el eje de acción y la recepción”.

⁵ Gauthier, G., Gosselin, A., Mouchon, J. (1998). Comunicación y Política. Barcelona: Gedisa. Citado en Cortés, Reinaldo (2010). “La comunicación política como forma moderna de dominación: del discurso retórico al discurso icónico, una aproximación crítica”, Monografías (Grupo de Investigación Comunicación, Cultura y Sociedad), Venezuela, pp. 26.

Síntesis de conceptos:



Fuente: elaboración propia.

La idea de territorio hace referencia al ámbito en el que se realiza la comunicación política, puede ser de carácter local, regional o internacional. Son territorios de la comunicación política los Estados, los partidos, los grupos de presión, los sindicatos, los movimientos sociales o las empresas. Esto, por supuesto, circunscribe el área de acción de la comunicación política. Las arenas de la comunicación política conforman el conjunto de dispositivos, fórmulas, marcos, reglas y estrategias que definen las situaciones de interacción en las que se pueden enfrentar, evaluar y difundir públicamente los discursos de los actores políticos.⁶

Facebook es nuestro territorio donde las arenas en forma de memes, fotografías, imágenes, texto, vídeo o aplicaciones, se disputan la atención de los usuarios. Todas con un mensaje que el receptor decodifica a través de shares, likes o comentarios.

⁶ Gauthier, G., Gosselin, A., Mouchon, J. (1998). Comunicación y Política. Barcelona: Gedisa. Citado en Cortés, Reinaldo (2010). "La comunicación política como forma moderna de dominación: del discurso retórico al discurso icónico, una aproximación crítica", Monografías (Grupo de Investigación Comunicación, Cultura y Sociedad), Venezuela P.27

Dentro de nuestro territorio se lleva a cabo una interacción, y las imágenes del movimiento #Yosoy132 se posicionaron en ese escenario, incluso los candidatos crearon perfiles que les permitieron mostrar sus acciones de campaña y reforzar su mensaje retratando su cotidianeidad.

Aunque Facebook pueda albergar distintos elementos para fomentar la interacción, nuestro territorio se encuentra delimitado por sus propias características. Sus funciones dan cabida a arenas muy específicas que en mi caso son las imágenes que circularon del movimiento. Hablar de política es hablar de retórica, pero esa vinculación también se asocia con el espacio donde realizan su efecto. En la Grecia antigua eran el ágora y ahora son las redes sociales.

Ese nuevo territorio es el aterrizaje de varias investigaciones sobre las estructuras sociales y las relaciones entre pequeños grupos de individuos desde los años cincuenta. La variable incluida es la virtualidad y la inmediatez comunicativa. Carlos Lozares (1996) hace un recorrido por distintos conceptos que explican las estructuras que componen las redes sociales, pero el elemento digital no está presente porque es un fenómeno reciente. Él explica esas investigaciones realizadas y su aportación a lo que hoy conocemos como redes sociales virtuales. A continuación hago una relación de conceptos similares que hoy se visibilizan dentro de Facebook.

Elementos estructurales de la comunicación de acuerdo a los conceptos de Carlos Lozares	Facebook
Transacción Regalos Venta económica	<p>Regalos: los regalos o <i>gifts</i> son pequeños íconos con un mensaje. Los regalos dados a un usuario aparecen en la pared con el mensaje del donante, a menos que el donante decida dar el regalo en privado, en cuyo caso el nombre y el mensaje del donante no se exhiben a otros usuarios. Una opción "anónima" está también disponible, por la cual cualquier persona con el acceso del perfil puede ver el regalo, pero solamente el destinatario lo verá. Algunos regalos eran gratuitos y el resto costaban un dólar (Tipo de cambio \$15.00, es necesario un número de tarjeta de crédito o cuenta PayPal). La función de Regalos ya no existe desde que se implementaron las biografías.</p>

<p>Actores que intercambian instrumentos físicos o simbólicos</p>	<p>Lista de amigos: en ella el usuario puede agregar a cualquier persona que conozca y esté registrada, siempre que acepte su invitación. En Facebook se pueden localizar amigos con quienes se perdió el contacto o agregar otros nuevos con quienes intercambiar fotos o mensajes. Para ello, el servidor de Facebook posee herramientas de búsqueda y de sugerencia de amigos.</p> <p>Grupos y páginas: es una de las utilidades de mayor desarrollo reciente. Se trata de reunir personas con intereses comunes. En los grupos se pueden añadir fotos, vídeos, mensajes, etc. Las páginas se crean con fines específicos y a diferencia de los grupos no contienen foros de discusión, ya que están encaminadas hacia marcas o personajes específicos y no hacia ningún tipo de convocatoria.</p> <p>Botón Me gusta: esta función aparece en la parte inferior de cada publicación hecha por el usuario o sus contactos (actualizaciones de estado, contenido compartido, etc.) Se caracteriza por un pequeño ícono en forma de una mano con el dedo pulgar hacia arriba. Permite valorar si el contenido es del agrado del usuario actual en la red social, del mismo modo se notifica a la persona que expuso ese tema originalmente si es del agrado del alguien más (alguno de sus contactos)</p>
<p>Servicios</p> <p>Venta económica</p>	<p>App Center: tienda virtual que ofrece de las apps disponibles para la red social. Mostrará los hábitos de cada persona, las aplicaciones que estén más relacionadas con su actividad diaria. Se podrá ingresar a la tienda desde internet como dispositivos móviles. Cada aplicación tendrá una página con descripción, que incluirá imágenes y opiniones de usuarios.</p> <p>Juegos: la mayoría de aplicaciones encontradas en Facebook se relacionan con juegos de rol, juegos</p>

	<p>parecidos al Trivial Pursuit o pruebas de habilidades (digitación, memoria). Entre los más célebres se encuentran los juegos de pusckabmine craft Playfish, como Petsociety, FarmVille y CityVille además los juegos de Digital Chocolate como Tower Bloxx y muy reciente Candy Crush.</p> <p>Poke: un App para dispositivos móviles que es similar al chat, pero incluyen dibujos a mano alzada.</p>
<p>Información de todo tipo</p>	<p>Muro: el muro (<i>Wall</i> en inglés) es un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea. Sólo es visible para usuarios registrados. Permite ingresar imágenes y poner cualquier tipo de logotipos en tu publicación. Una mejora llamada supermuro permite incrustar animaciones flash, etc. En noviembre de 2011, Facebook comenzó a implementar un sustituto del muro, el cual lleva por nombre Biografía.</p> <p>Chat: servicio de mensajería instantánea en dispositivos móviles y computadores a través de Facebook Messenger.</p>

Fuente: Información básica tomada de Wikipedia. La relación de conceptos es elaboración propia.

Posiblemente la similitud entre los conceptos parezca inconexa, y es que los estudios de Lozares se ubican sin el elemento de la virtualidad. En su escrito llama redes sociales a las interacciones que se dan dentro de sistemas no virtuales de comunicación, por ejemplo, una empresa o unidades colectivas. En su texto se aprecia el elemento estructural que conforma la comunicación. Justamente es esa estructura la que conforma la plataforma de Facebook, de ahí la pertinencia de establecer esta serie de conceptos.

Ahora bien, sin el elemento virtual las relaciones sociales eran invisibles, incluso caóticas y desordenadas para el ojo humano. Para Lozares (1998) la presencia física de una persona determinaba el tipo de relación, un amigo, por ejemplo, era quien regularmente estaba presente en la vida de una persona, porque hacían presencia

física en un lugar. Ahora no es necesaria esa presencia se sustituye por la conectividad virtual.

Brevemente el autor define una red social de la siguiente manera: “un conjunto bien definido de actores- individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etcétera, que están vinculados unos a otros a través de una o un conjunto de relaciones” (Lozares, 1996: 59). Y detalla:

- Los actores y sus acciones son contemplados como interdependientes y no como independientes o unidades autónomas.
- Los lazos relacionales entre los actores vehiculan transferencia de recursos, tanto materiales como no materiales.
- Los modelos contemplan las estructuras de las relaciones como entornos que pueden proporcionar oportunidades o bien coaccionar la acción individual.
- Los modelos de redes identifican la estructura social, económica, política, etc. Como pautas constantes de relaciones entre actores.

Facebook se convirtió en poco tiempo en la plataforma que estableció, ordenó y visibilizó esas redes, conectando no sólo a los círculos inmediatos de personas, sino que incluyó una conectividad global, pues una persona de Estados Unidos podía contactar a alguien de Argentina.

Con base en lo anterior se puede explicar por qué los procesos electorales del 2012 tuvieron su campo de acción en Facebook y Twitter y por qué los candidatos incluyeron su perfil como estrategia de campaña. Ahora, en la escena electoral, visibilizarse en redes era tan necesario como hacerse presente en televisión.

4.1.1 Redes sociales y Política

Los medios de comunicación hegemónicos se encargan de replicar el discurso del Estado y la mayoría de la sociedad queda al margen de opinar. Durante las campañas presidenciales de 2012 las redes sociales fueron el lugar donde se difundió información sobre los candidatos que en los medios tradicionales nunca aparecía; sin duda quien más dio de qué hablar fue el candidato priista. Su imagen electoral fue objeto de miles

de imágenes que circularon por la red y tras su visita a la Universidad Iberoamericana su protagonismo fue indudable.

En Facebook encontramos un nuevo territorio donde se ejerce la política y la comunicación. Los textos que he consultado definen la política y la comunicación por separado, puesto que su único punto de encuentro son las campañas electorales o dentro de los partidos políticos, cuando estos grupos que pretenden gobernar buscan que sus mensajes sean masivos y eficientes.

Cortés retoma a la comunicación como la ciencia que pretende “poner en común, influir o convencer” (Cortés 2009:15). En ese sentido, tenemos el cruce entre comunicación y política, definiéndola como la intencionalidad persuasiva que tienen los mensajes cuya finalidad es influir ideológicamente sobre un potencial grupo de votantes.

Salvador de León Vázquez (2008) dice que la comunicación política aparece ligada a la reflexión de la filosofía política; luego aparece como una práctica inherente a la prensa, sobre todo si se considera desde el pensamiento liberal y, en otra interpretación, como las actividades que llevan a cabo los políticos para desarrollar su propaganda a través de los medios. Dentro de Facebook no hablamos de una comunicación oral, donde el recurso de la retórica tal como Aristóteles la conoció, pueda llevarse a cabo de entrada sin la presencia física de un sujeto, lo que realmente tenemos en esa red social es una interacción de elementos, agentes, fuerzas y objetos.

Considero que la aparición de los candidatos dentro de las redes sociales como estrategia política tuvo como objetivo reforzar los discursos que presentaban en la televisión, pero, ¿cómo los reforzaban si la oralidad no se encuentra presente en las redes sociales?

En la actualidad Facebook es cotidiano y todos los días se alimenta de la interacción e intercambio de los sujetos inscritos dentro de la plataforma. De Fleur (1982) dice que la interacción cumple un papel central dentro de los procesos comunicativos, porque es la forma en la que los seres humanos comparten significados.

De lo anterior, retomo que la interacción se desarrolla porque los seres humanos compartimos significados en el espacio virtual y en Facebook nos apropiamos de ellos;

justo esos referentes dejan de ser orales para dar paso a un tipo de comunicación que se transforma en discurso icónico.

4.1.2 Retórica de la imagen y su relevancia en el espacio virtual

Las imágenes que circularon por Facebook antes del estallido del movimiento #Yosoy132, durante su apogeo y posterior resistencia (1ero de diciembre), fueron imágenes cargadas de significado. Del mismo modo como la publicidad se encarga de vendernos productos mediante formas, figuras y colores. Así, las imágenes del movimiento contenían elementos políticos ubicables, algo que el sentido común nos brinda. La interacción de apropiarse de una imagen por su significado y compartirla es un proceso más complejo de describir; sin embargo, hay que observar que la comunicación política debe saber por anticipado qué resonancia va a tener en la gente la emisión de un mensaje, incluso hasta los individuos son una variable a considerar. Parte de esa técnica la utilizaron los candidatos electorales y sus mensajes eran un riesgo medido.

Salirse de esa dinámica y resignificar los mensajes de los candidatos en el espacio virtual fue una coyuntura que renueva la política mexicana. Por primera vez el derecho de réplica se daba y se tomaba el micrófono, para expresar por medio de imágenes el descontento que se tenía frente a las elecciones presidenciales.

De acuerdo con Marian López (1998), Platón juzgó a la retórica como la disciplina que no busca la verdad; su argumento consistió en decir que la elocuencia argumentativa y su éxito se deben a la verosimilitud que contiene para encajar un juicio a la razón, aunque no sea verdadero. Obviamente refiriéndose a la oralidad. La autora hace también una distinción entre la retórica antigua y la nueva retórica, diciendo que en la actualidad se ha expandido introduciendo dentro de sí a ciencias como la psicología, la comunicación, la sociología, la politología y la lingüística.

La retórica emplea signos que faciliten su lectura. Roland Barthes (1995) analiza un anuncio publicitario y se pregunta ¿de qué modo la imagen obtiene sentido? Para ello revisa la imagen de tres formas

- Lingüísticamente (texto)
- Denotativamente (sentido literal)
- Connotativamente (sentido metafórico)

Y define...

Lingüísticamente: “A nivel del mensaje simbólico, el mensaje lingüístico guía ya no la identificación, sino la interpretación. Constituye una especie de tenaza que impide que los sentidos connotados proliferen hacia regiones demasiado individuales”. (Barthes 1995: 76)

Denotativamente: “Constituye un mensaje privativo constituido por lo que queda en la imagen cuando se borran (mentalmente) los signos de connotación. Es también un mensaje suficiente pues tiene por lo menos un sentido a nivel de la identificación de la escena representada”. (Barthes 1995: 76)

Connotativamente: “Despojada utópicamente de sus connotaciones, la imagen se volvería radicalmente objetiva, es decir, inocente”. (Barthes 1995: 76)

Es el último componente al que se puede traducir en signos, es decir, los signos no verbales provienen de códigos culturales. Así por ejemplo, si una imagen oferta un perfume, no es el perfume per se lo que se quiere adquirir, si no todos los elementos culturales que rodean una imagen ofertando el perfume.

Dentro del espacio virtual las imágenes son un discurso que comparte referentes culturales, entendiéndose como cultura al sentido socialmente construido por distintos grupos y clases sociales. Ahora bien, un discurso visual que logra una interacción en un terreno virtual, además de ser retórico, se encuentra cargado de intencionalidad. Cortés (2009) dice que la intencionalidad es definida como el proceso mediante el cual la audiencia activa realiza un proceso cognitivo de cierta información que llega y elige de forma consciente; en función de eso la información se perfila y ahí la comunicación netamente persuasiva cobra efecto.

La intencionalidad de una imagen no sólo se basa en los elementos culturales para su interpretación, sino también en extrapolar las figuras retóricas gramaticales al estudio

de una imagen, lo cual resultará mucho más provechoso. Justo ahí, se encuentran las siguientes figuras retóricas:

Figuras de Adjunción

- a) **Repetición.**- Sonidos, palabras, grupos de palabras e imágenes.
- b) **Aliteración.**- Relaciona entre sí las imágenes, los elementos conceptuales y visuales con identidad similar.
- c) **Anáfora.**-Repetición intermitente de una idea, de un elemento sonoro o visual. Es una figura de construcción.
- d) **Anadiplosis.**- La primera parte termina con lo que la segunda comienza. ABCD/ DEFG
- e) **Epanadiplosis.**- La primera parte comienza con el elemento con el que la segunda termina ABCD/EFGA
- f) **Reduplicación.**-Consiste en la repetición de una expresión o elemento. Es una reiteración por contigüidad o contacto.
- g) **Paralelismo.**- Consiste en la construcción de secuencias que, por forma o contenido, establecen relaciones de similitud.
- h) **Paréntesis.**- Consiste en la inserción de un elemento que no tiene conexión –por forma o contenido- con el discurso en general.

Figuras de similitud

- a) **Paranomaxia.**- Consiste en una leve modificación de la palabra repetida. Es el juego de palabras, o el juego de imágenes, o el trampantojo⁷.
- b) **Sinonimia.**- Consiste en poner un elemento de forma distinta pero con un mismo significado.
- c) **Gradación.**- Es la repetición de elementos cuya intensidad va en aumento o disminución.

⁷ Trampantojo significa, de acuerdo con el diccionario Retórica y Poética de Elena Beristaín, engaño al ojo.

Figuras de acumulación

- a) **Acumulación.-** Cuando se añade a un mensaje elementos diferentes. La acumulación remite a dos significados, el primero puede ser de cantidad y el segundo de desorden. Se anulan los elementos opuestos.
- b) **Paradoja.-** Figura de pensamiento que altera la lógica de la expresión, pues aproxima a dos ideas opuestas y en apariencia irreconciliables.

Figuras de supresión

- a) **La elipsis.-** Consiste en la supresión de ciertos elementos de la imagen. Mediante este artificio se intenta transmitir cual es el elemento esencial del producto.
- b) **Zeugma.-** Consiste en manifestar una sola vez y dejar sobreentendidas las demás veces, una expresión, una imagen, un elemento.

Figuras de sustitución.

- a) **Sinécdoque.-** Consiste en la sustitución de un elemento más amplio por otro más restringido. Es la sustitución de **una** parte por el todo o viceversa.
- b) **Hipérbole.-** Consiste en la exageración de los términos.
- c) **Metonimia.-** Consiste en la sustitución de un término propio por otro que se encuentra con él en una relación física (temporal, espacial, funcional).
- d) **Metáfora.-** En la metáfora se sustituye el término propio por otro cuya significación esté en relación de analogía, no de proximidad real como la metonimia.
- e) **Alegoría.-** Es una metáfora continuada. En la alegoría, para expresar poéticamente un pensamiento, a partir de comparaciones o metáforas se establece una correspondencia entre elementos imaginarios.
- f) **Personificación o prosopopeya.-** Consiste en dar vida humana a objetos no humanos.
- g) **Ironía.-** Consiste en proponer una idea para que se entienda su contraria, produciendo un efecto hilarante.

Figuras de intercambio

- a) **Inversión.-** Los elementos de la proposición son los mismos, sólo cambia su orden. Sería la presentación de un elemento de espaldas o cabeza abajo.
- b) **Anacoluto.-** Realización de una imagen imposible. Un armario que se abre a un paisaje, un hombre que sale de una pantalla de televisión.
- c) **Préstamo.-** Consiste en utilizar elementos de otro código ya conocido, sea éste artístico, publicitario o de otro lenguaje.
- d) **Hipérbaton.-** Figura que altera el orden gramatical de los elementos del discurso.⁸

4.1.3 Semiótica de la imagen visual

Desde hace algunas décadas los estudios semióticos se han volcado a estudiar la importancia de los mensajes visuales, su configuración y empoderamiento.

Las imágenes pueden descomponerse en iconos que significan un ahorro en el lenguaje escrito, y con ello se convierten en universales, por ejemplo, el icono de un automóvil es el mismo para México que para Turquía, Estados Unidos o China, pero si se utilizara el lenguaje de cada una de estas regiones sería un gran problema, pues algún mensaje que se quiera transmitir entre esas regiones complicaría la comunicación.

⁸Todas las definiciones fueron tomadas de: López, M. (1998) "La Retórica visual como análisis posible en la didáctica del arte y de la imagen". *Arte, Individuo y sociedad* n.10, 1998, Pp. 46-60.



Car



车



Otomovil

De acuerdo con el Dr. Raymond Colle (1998:20,21) la realidad es indispensable para descifrar el icono de alguna imagen, él define a la realidad de dos formas:

- Realidad primaria.- es algún elemento perteneciente al entorno físico, excluyendo de éste todo elemento artificial con función sémica. Por ejemplo, la realidad primaria de una fotonovela o serie ha sido inventada para envolver a los personajes.
- Realidad histórica.- no se trata de una ficción, nos encontramos ante iconos documentales que corresponden a una reconstrucción basada en datos recogidos por varias personas. Un ejemplo sería la realidad histórica serían los iconos noticiosos en el diario o la televisión: edificios destruidos en Líbano, un satélite lanzado al espacio; la realidad histórica y los iconos correspondientes no son ficticios, sino documentales.

Colle (1998) también hace la acotación de decirnos que en lenguaje publicitario se mezclan ambos tipos de realidades y se les llama mensajes mixtos. En el caso de las imágenes del movimiento #Yosoy132, su producción se ubica dentro de una realidad mixta y el papel que desempeñan es el de documentar un momento en el país, mezclando elementos de la realidad primaria e histórica.

Para ello, me parece adecuado mencionar las formas que describe el Dr. Colle de llamar la atención en un mensaje visual. “Hay que llamar la atención”, pero ¿cómo?, el autor enumera distintas formas mediante las cuales se llama la atención dentro de un mensaje visual.

Directas:

- Presentación: modalidad más simple de todas, puede realizarse de tres maneras distintas, erección/muestra, referente sin soporte ni base (como flotando en el espacio); exhibición/ muestra sobre una base o en la mano de una persona un objeto; designación/ a la exhibición o erección se le agrega un iconema de indicación (flecha o mano apuntando)
- Pregón: el emisor se dirige al receptor, sin implicar a éste (no lo individualiza, ni le lanza órdenes, ni le lanza preguntas).
- Interpelación: caso opuesto, en el que emisor se dirige al receptor, implicándolo (contándole, sugiriéndole o preguntándole: aparece generalmente en el pronombre “usted” en el texto).
- Anécdota: cuento emitido a través de una tercera persona (del tipo “ocurrió una vez” o “fulano cuenta su experiencia”).
- Sobresignificación: ampliación formal del contenido semántico (se recalca una parte del mensaje mediante un cambio de color, un marco lo encierra u otro artificio formal).

Si la modalidad es indirecta, nos dice el Dr. Colle:

- Alusión: el icono no contiene referencia visual al objeto –referente–, ni al nexo, produciéndose por medio de un mensaje verbal adjunto.
- Artificio retórico: transformación artificial (“truco”) de las relaciones mutuas entre los iconemas que componen la imagen. (Ponen en juego nuestra relación con lo que conocemos para desafiar esa propia relación, hecha por convención o culturalmente).

Aunque la mayor parte de los mensajes de la gráfica del movimiento #Yosoy132 son netamente visuales, se toma en cuenta también el mensaje verbo-icónico, para Colle una imagen visual que contiene texto reduce significativamente la polisemia del mensaje, y en las imágenes del movimiento pueden reconocerse pequeñas frases que direccionan el sentido de interpretación. Existe la siguiente clasificación por parte del autor.

Todo mensaje verbo-icónico se reconoce por tres componentes:

- Código verbal (escritura).- contiene nombre propio del producto y eventualmente del fabricante como también algún mensaje para el destinatario.
- Código pictórico: corresponde al icono pictórico, en que habrá una representación del producto y eventualmente objetos y personajes.
- Código señalético o ideográfico.- corresponde al emblema del avisador (logotipo).

Al referirnos a un mensaje político, éste es dirigido, es decir, su polisemia se reduce, existe un significado (monósemico) con distintas variables y características que hacen de la interpretación algo más exacto. A esos mensajes se les llamará denotados.

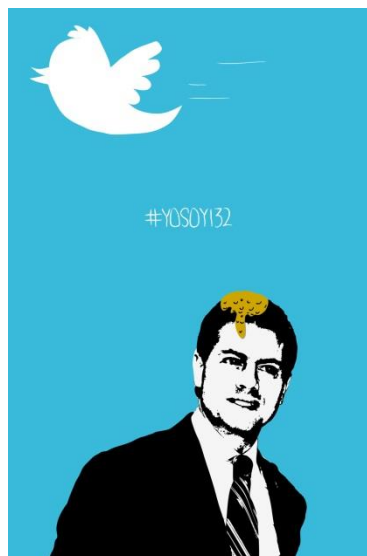
La denotación de acuerdo a Colle podrá determinarse bajo:

- -La importancia: son “principales” los iconemas que cumplen la función de sujeto (de qué se habla).
- -La necesidad: los iconemas principales son necesarios, pero no todos los anexos lo son (como en el caso de un edificio que aparece como fondo de una fotografía de un accidente), lo cual se tomará en cuenta, pero no determinará el sentido del mensaje.
- -Lo infinitivo: muestra al referente aislado
- -Informativo: sitúa el referente principal en un contexto familiar
- -Instructivo: incluye además elementos capaces de provocar una motivación objetiva directa del destinatario.

Durante los periodos electorales se elaboraron dos tipos de discursos. El primero fue el institucional, representado por tres candidatos principales, y el otro fue el elaborado por personas ajenas a las campañas. Freire y Villar (2010) explican que la importancia de un discurso tiene que ver con su utilidad y la historicidad que lo anteceden, dando como resultado una producción de significado.

Aunque la producción del movimiento #Yosoy132 en redes fue una excepcionalidad por su fuerza creativa y burlona no debemos dejar pasar uno de los elementos que nos explica Colle, esa total intencionalidad de llamar la atención, y para ello muchas de las expresiones del movimiento y ahora en general de las redes fueron sobre la violencia, pero utilizando la propia violencia como forma de comunicación, por ejemplo la burla.

En esta imagen se recurre a elementos icónicos representativos de la red Twitter así como del entonces candidato Enrique Peña Nieto, la conjunción de ambos reduce la interpretación a la burla del candidato.



Es importante señalar que durante el periodo electoral 2012 se prohibieron los tipos de spots que ridiculizaban o ponían al candidato en situaciones comprometedoras, pero dentro de Facebook, sin ninguna legislación que contemple algún tipo de sanción respecto a los contenidos hasta ahora, se pudieron enviar mensajes descalificadores y violentos. Durante las pasadas campañas electorales la violencia de los mensajes también fue parte del discurso. Hay que recalcar que mediante las redes se ejerce violencia simbólica, un elemento que es reconocible en el discurso visual:

“Galtung define a la violencia como un desajuste entre la realización potencial y la realización afectiva de las necesidades humanas, la violencia se refiere no sólo a una forma de “hacer”, sino también de “no dejar hacer”, de negar potencialidad, es decir, cuando por motivos ajenos a nuestra voluntad no somos lo que podríamos ser o no

tenemos lo que deberíamos tener de aquí que los espacios de comunicación tengan tanta importancia, ya que pueden ser un medio de acallamiento y opresión (por ejemplo: la radio y los carteles en la época nazi, o el papel de los medios en la Guerra del Golfo Pérsico, sólo por citar algunos innumerables ejemplos), también pueden ser un instrumento emancipador que permita dar voz a la pluriculturalidad, a los grupos minoritarios o a las nuevas propuestas creativas para el bienestar común”. (Portilla y Mora 2013:147)

Para la argumentación política dada en Facebook, las ideas de las autoras me parecen pertinentes porque se visibilizó una violencia contra un candidato en particular, Peña Nieto, dando una voz emancipadora social, que adoptó diversas formas de ridiculización; aunque también esa violencia nos habla de un disgusto e insatisfacción social más profunda. Las autoras continúan definiendo dos tipos de violencia que me parecen rescatables:

1. **Violencia Estructural:** es la no satisfacción de las necesidades humanas, los desajustes y contradicciones de los sistemas políticos, económicos y sociales, así como las interrelaciones causales entre los distintos escenarios; entre algunas formas de manifestación concretas tenemos algunos ejemplos: la incomunicación, el hambre, las inadaptaciones, la explotación, la represión política, la no libertad de expresión, xenofobia, individualismo, el egoísmo, el intercambio desigual y la contaminación, entre otras.
2. **Violencia Cultural:** es todo aquello que en el ámbito de la cultura se utiliza para legitimar la violencia, es la llamada “violencia simbólica”, es decir, que promueve la visualización de la violencia directa o estructural como “normal”, “común” e incluso hasta “buena”. (Portilla y Mora 2013:150)

Las estrategias políticas consideran a la violencia de tipo simbólico como constante de su discurso y por lo general suelen ser sutiles. Dentro de las imágenes que circularon

por Facebook y que legitimaron al movimiento #Yosoy132 corresponde revisar cuáles fueron violentas y cuáles ayudaron a cohesionar el movimiento estudiantil.

4.1.4 La écfrasis como teoría de la descripción

A este apartado agrego además un concepto que habla sobre las producciones gráficas, pero dentro de la literatura; una descripción que según los griegos presenta un objeto ante nuestros ojos mediante palabras. Ese concepto es el de écfrasis.

Durante los siglos III y IV quedaba definida como una forma de descripción extendida, detallada y vívida que se presentaba y permitía visualizar un objeto ante nuestros ojos. Con el tiempo la descripción del objeto significó la representación del objeto mismo. (Pimentel, 2003).

La écfrasis está enfocada en la literatura, ya que su sentido original era establecer mediante palabras una relación analógica con un objeto. A lo largo de la historia, el concepto y su pertinencia se han ido actualizando y dividiendo de las siguientes formas:

- **Écfrasis nocional.**- Describir un objeto y que este no exista fuera del lenguaje. (Pimentel, 2003:284)
- **Écfrasis referencial.**- Cuando el objeto tiene una existencia material autónoma. (Pimentel, 2003:284)
- **Écfrasis mimética.**- La cual se puede definir como una traducción real del objeto descriptivo, pues hay en ella una especie de suplantación o reproducción de la cosa. (Agudelo, 2011: 90)
- **Écfrasis interpretativa.**- Una traducción en la que el observador-descriptor pone en juego su carácter crítico y, por tanto, ofrece una interpretación. Ésta es la que, según nuestro parecer, dado su carácter atributivo, sería la más empleada en la crítica de arte, aunque los críticos no sean conscientes de ello. (Agudelo, 2011: 90)
- **Écfrasis recreativa.**- Es la que podríamos llamar, sin atisbos de duda, la écfrasis propiamente literaria. Aquí caben los homenajes que poetas y literatos en

general rinden a los artistas visuales, pero también las significaciones más profundas producidas (y luego “reproducidas” por la palabra) por una obra de arte, es decir, el efecto que le produce al espectador-poeta la obra de un artista visual o plástico. (Agudelo, 2011: 90)

Se tomarán en cuenta los conceptos de écfrasis referencial y écfrasis interpretativa para poder detallar la descripción de las imágenes. La primera porque para entender una imagen es necesaria su existencia; no se podría describir en este trabajo sin que la imagen exista de forma autónoma. Por otro lado, se toma en cuenta la écfrasis interpretativa, porque al describir semióticamente se ponen en juego una serie de referentes que apuntan a la polisemia del mensaje.

4.1.5 La mimesis como elemento de representación

La suma de elementos semióticos en una imagen que impacta en el receptor para que éste se identifique o rechace un mensaje. Una de las hipótesis de esta investigación es que la plataforma de Facebook fue una de las herramientas que permitió la circulación de las imágenes y la cohesión del movimiento.

La Mtra. Adriana Hernández acude a la definición de mimesis en Platón y Aristóteles: “El vocablo latino derivado del griego (μίμησις, mimesis) denomina la imitación de la naturaleza como fin esencial del arte y es sinónimo de representación, en cuya mecánica la mimesis es una referencia que resulta de la comparación con un objeto; por lo que se le vincula con un ejercicio que obliga al uso de rasgos representativos a partir de una unidad original”. (Hernández, 2014:16)

La maestra adopta esa definición y ancla su investigación sobre el concepto con dos obras de teatro (*El Cerco de Leningrado*, obra escrita en 1994 por José Sanchis Sinisterra, y *Daaalí*, obra de Els Joglars escrita por Alberto Boadella), estudiando a qué se debía que los espectadores encontraran en la representación teatral un mensaje y lo adecuaran a su cultura y su tiempo.

Mimesis en Platón es “un fenómeno de la percepción del ser humano que gracias a la inteligencia es captada por la emoción y la razón de una persona, ya que la comprende

como un proceso de comunicación entre el hombre y su entorno; es decir, la mimesis se concreta a partir de una imagen mental que se presenta en quien entra en contacto con el objeto referido desde la experiencia de sus sentidos”. (Hernández, 2014:18).

El debate de mimesis entre Aristóteles y Platón consiste en que el primero cree que mimesis es una imitación de la realidad; el segundo comprende que es un proceso de comunicación entre el hombre y su entorno. La mimesis debe ser “un valor de verdad que proviene de la naturaleza misma de este fenómeno de aprendizaje social” (Hernández, 2014:19). Aunque estas definiciones puedan bastar para esta investigación, anexo una tabla elaborada por la autora en donde ubica la actualización del concepto.

Etapas.	Concepción de Mimesis.
Platón.	Abstracción de elementos de verosimilitud propios de la naturaleza misma.
Aristóteles.	Representación basada en una realidad que es interpretada como una acción.
Edad Media.	Representa la consecuencia de una inspiración de la obra de Dios.
Renacimiento.	Reinterpreta la Antigüedad basados en ideas Platónicas. Usada para evidenciar el poder de la iglesia y las élites.
Ilustración.	Representación que tiene como énfasis el establecer una crítica social contra privilegios de la burguesía. Ser racional y lógico que busca la coherencia.
Romanticismo.	Búsqueda o rechazo del yo interior como centro del universo.
Siglo XX.	Interpretación de fenómenos y símbolos. Deslizamientos de escenarios reales y ficcionales. Importancia del lenguaje, significado y significante. Imágenes y medios como escaparates de la representación.

Tabla elaborada con datos de Platón, Aristóteles, Auerbach, Gebauer y Wulf. (Hernández, 2014:21)

La mimesis para fines de este trabajo se tomará como una actividad propia del lenguaje, es decir, como una configuración simbólica que abstrae elementos de la realidad para llevarlos a una representación, sea cual sea su forma.

“El poder del mundo de la mimesis recae en esencia en las imágenes a las que evoca para generar un mundo de apariencias o semblanzas. Las imágenes tienen una existencia material, pero lo que representan no es una parte integral de la realidad empírica. Las imágenes establecen conexiones entre el individuo y la realidad, pero conservan un aspecto ilusorio”. (Hernández, 2014:30)

Capítulo V. Estrategia metodológica

En este apartado se utiliza el análisis del discurso de Julieta Haidar y Teun van Dijk para descifrar ideológicamente cómo están compuestas las imágenes. También se elabora un cuadro taxonómico a modo de ejemplo y se establecen los primeros filtros de acuerdo a conceptos revisados, como: la realidad primaria a la que aluden, su nivel de codificación (denotativo y connotativo), la modalidad inmediata mediante la cual captan nuestra atención, su configuración ecfrástica, así como su tipografía.

Atendiendo a los objetivos de la investigación, utilizaré el análisis del discurso, definido como una práctica social e ideológica, para aproximarme a las imágenes. En un segundo momento, acudiré a la semiótica, que trata de comprender a través del nivel connotativo, denotativo y pragmático la configuración de las imágenes.

Julieta Haidar define al discurso como:

- Un conjunto transaccional que presenta reglas sintácticas, semánticas y pragmáticas.
- Es un conjunto transaccional que presenta reglas de cohesión y coherencia.
- Siempre se relaciona con las condiciones de producción, circulación y recepción.
- Está constituido por varias materialidades y funcionamientos diferentes.
- Es una práctica social peculiar. (Haidar, 2000:39)

Un discurso será una imagen elaborada por el movimiento #Yosoy132, entendiendo que los movimientos sociales siempre provienen de alguna fractura (intersticio) que es en sí mismo un discurso o falta de él, ubicando así mi objeto de estudio en un espacio socio-histórico específico.

No pretendo olvidarme del sujeto, ni decir que el sujeto no interesa, porque cada vez más las personas son atravesadas por acontecimientos históricos, económicos, afectivos y lingüísticos que están en constante cambio; por ejemplo, ahora también los individuos son seres tecnológicos, de ahí la importancia de incluir en este estudio a la plataforma Facebook como distribuidor de cierta ideología. Todo eso forma procesos y nuevos discursos; el sujeto actual se constituye mediante diversas circunstancias y eso afecta la construcción de su mensaje. Michael Foucault (1989) ya había dicho que el humanismo se encontraba en crisis, de ahí que decidiera estudiar el fallo de ese “humanismo” a través de los procesos históricos y analizar al sujeto dentro de esas “huecos”. Un discurso para Foucault (1989) se convierte en la forma de ordenar a la sociedad y así desplazar otros órdenes. Haidar parafrasea a Foucault y dice:

“El otro procedimiento de este tipo es el de la separación entre la razón y la locura, que implica un rechazo a la palabra del loco. A través de la palabra era como se reconocía

el loco, las palabras eran el lugar desde donde se ejercía esta separación. El tercer gran procedimiento de este bloque es la voluntad de verdad, la voluntad de saber que se producen sistemas de exclusión históricos, institucionalmente coactivos para determinar lo que es verdadero y lo que es falso". (Haidar, 2000:100)

La metodología del análisis del discurso es la interdisciplinariedad y colocar a las imágenes del movimiento 132 en un determinado contexto histórico indica que dentro de su elaboración hay elementos del mensaje que las condicionan epistemológicamente e históricamente.

Las imágenes fueron elaboradas por un movimiento social al calor de las elecciones presidenciales de 2012 en México; sin preámbulo debo decir que esas imágenes se encuentran cargadas de elementos ideológicos. Nuevamente rescato a Julieta Haidar:

- Las ideologías no son arbitrarias, sino orgánicas e históricamente necesarias.
- Las ideologías tienen la función de desplazar las contradicciones reales de la sociedad y reconstruir sobre el plano imaginario un discurso relativamente coherente que sirve de horizonte a lo vivido por los sujetos sociales.
- Una ideología es inconsciente de sus propias determinaciones, de su lugar en el campo de la lucha de clases.
- Las ideologías tienen una existencia material, entendida como una serie de prácticas con una estructura institucional. (Haidar, 2000:48)

También explica que toda formación ideológica puede ser analizada en varias dimensiones:

- Por la capacidad hegemónica que tiene y por los tipos de hegemonía que desarrollan.
- Por los tipos de aparatos ideológicos que estructura, definiendo sus relaciones con el Estado, determinando los recursos y los vectores disponibles para la difusión de la ideología que en ellos se produce.
- Por las formas que adquieren las redes ideológicas que constituyen una forma concreta del funcionamiento ideológico. (Haidar, 2000:48)

Por su parte Teun van Dijk (2000) explica que debemos entender por texto el sentido literal de nuestro objeto de estudio (en mi caso imágenes), mientras que discurso será una elaboración teórica realizada por el investigador a partir de los textos seleccionados, o sea, todas las imágenes me darán un discurso o varios. Su metodología puede resumirse como: quién utiliza el lenguaje, cómo lo utiliza, por qué, cuándo lo hace y para qué.

El texto visual es un entramado de significados, pero no de significados vacíos. Las formas simbólicas no pueden subsistir en el vacío. De acuerdo con Haidar (2000) y Van Dijk (2009) existe en los discursos una interdiscursividad, refiriéndose a que cada discurso se ancla en otro ya elaborado, lo que da origen a la ideología. Para Haidar toda formación ideológica presenta una materialidad de amplio espectro y diversos alcances:

- Los aparatos y las instituciones.
- Las prácticas sociales, en general.
- Las prácticas sociales discursivas: verbales y semióticas.
- Las estructuras espaciales.
- Los diferentes sistemas semióticos como son los emblemas, los ritos, la moda, etcétera. (Haidar, 2000:49)

Las imágenes del movimiento #Yosoy132 están ancladas en la fractura de un discurso institucional y político, pero además su elaboración por sí sola requirió de estrategias que asegurasen su credibilidad dentro del ciberespacio. Esas estrategias son elementos retóricos. Haciendo una suma de elementos tenemos la ideología, la retórica y el poder dentro de un discurso/texto visual, que además va acompañado de color, forma, figuras y perspectivas. Ahora bien, dentro del estructuralismo el sujeto carece de importancia para la interpretación de los significados, pero el análisis del discurso lo contempla como el que configura el primer sentido de un texto.

En esta propuesta serían las relaciones que establecen dentro de una imagen los distintos elementos del mensaje visual, lo que le da un valor o sentido. Aunque la producción de sentido será sujeta a una interpretación propia de los elementos discursivos encontrados. Por lo anterior considero necesaria la creación de categorías,

codificación y clasificación de las mismas. Haidar propone ocho categorías para el análisis de las condiciones de producción, circulación y recepción de los discursos, de las cuales sólo retomaré tres: la relación discurso/coyuntura, la aceptabilidad del discurso y los procesos de interdiscursividad.

5.1 Definición de técnicas de investigación

Recurso a los objetivos particulares de mi investigación:

- Explicar la importancia de Facebook en la distribución gráfica del movimiento
- Identificar los elementos que la componen (retóricos y técnicos)
- Exponer las ideas de la producción gráfica elaboradas por el movimiento (ideología, poder y cultura)
- Conocer la historia (evolución) del movimiento a partir de su producción (ubicación socio-histórica)

La primera aproximación que se tiene es a la exposición de las ideas, para ese primer acercamiento es importante determinar que la producción del movimiento #Yosoy132 son políticas, mixtas y propagandísticas, donde se mezclan la realidad. También las imágenes sugieren una forma de llamar la atención, requisito necesario para captar a los usuarios de Facebook. Para Colle existen las necesidades del emisor y del receptor y del referente, describiéndolas de la siguiente forma:

Necesidades del receptor:

- Saber.- desea conocer lo que ocurre y en muchos casos los medios de comunicación son la única alternativa para enterarse de hechos que ocurren fuera de la vida cotidiana.
- Recordar.- no se recuerda siempre de las personas u objetos a las cuales el mensaje se refiere aunque estos hayan sido aludidos varias veces; necesita que se les recuerde quienes son los actores, cuáles los instrumentos o los lugares propios del hecho que se informa.

- Recrearse.- el conocimiento no es lo único que se espera de los medios de comunicación: incluso de la prensa –en esencia informativa– se espera también un clima de comunicación grato, para lo cual importa incluir mensajes que sean recreativos en su contenido.

Necesidades del emisor:

- Motivar al destinatario, llamar su atención hacia el mensaje, de interesarlo, de introducirle el deseo de saber o comprender.
- La necesidad de comprobar, dar pruebas irrefutables al hecho descrito.
- Necesidades del referente:
- En cualquier imagen existe un “predominio de ello” como lo llamaría Péninou. Lo que puede necesitar o desear el referente es fundamentalmente ser conocido, es decir, ser identificado. (Colle,1998:26)

En palabras de Iñiguez y Antaki (1998), se considera a los usuarios del lenguaje como miembros de comunidades, grupos u organizaciones y se supone que hablan, escriben o comprenden desde una posición social específica. Las clasificaciones expuestas examinan qué ideologías se encuentran asociadas con el emisor, el receptor y el referente, para defender o legitimar un lugar social.

En relaciones de dominación, dicho discurso ideológico puede servir para sustentar o bien para cuestionar dichas posiciones sociales.

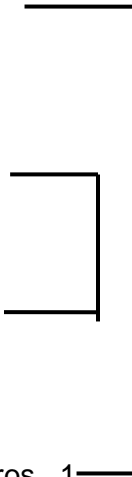
Con base en los conceptos expuestos se entiende que la ideología puede expresarse y materializarse. Es claro que dentro de un movimiento social las ideologías se encuentran en lucha, tratando de imponerse unas a las otras; con las imágenes del movimiento #Yosoy132 el discurso ideológico fue el Estado vs el discurso social:

- Las estructuras del discurso tienen la doble función de poner en juego o ejecutar ideologías subyacentes por una parte, pero por la otra pueden funcionar como medios de persuasión más o menos poderosos, esto es, como medios estratégicos para influir en modelos mentales preferentes e –indirectamente– en actitudes e ideologías favorecidas. Es así que la

formación, cambio y confrontación de las ideologías es también una función de la estructura del discurso.

- Si las ideologías, tal como lo propusimos más arriba, son estructuras basadas en categorías de grupo-esquema, entonces podemos esperar que los significados del discurso bajo la influencia de tales ideologías contendrán específicamente aquella información que responde a las siguientes preguntas: ¿Quiénes somos nosotros? ¿Quiénes (no) pertenecen a nosotros? ¿Qué hacemos nosotros? ¿Cuáles son nuestras actividades? ¿Qué se espera de nosotros? ¿Cuáles son las metas de estas actividades? ¿Qué normas y valores respetamos en tales actividades? ¿Con qué grupos estamos relacionados: quiénes son nuestros amigos y quiénes nuestros enemigos? ¿Cuáles son los recursos a los que típicamente tenemos o no acceso (privilegiado)? (Van Dijk, 1996:28)

Tomando en cuenta las definiciones de ideología propuesta por los autores, vuelvo a la metodología de Van Dijk (2000). Él construyó un cuadro para el análisis crítico del discurso. A continuación lo reproduzco y ejemplifico.

- Expresa/ Enfatiza información positiva sobre algo 1
 - Expresa/ Enfatiza información negativa sobre ellos 2
 - Suprimir/Desenfatisa información positiva sobre algo 2
 - Suprimir/ Desenfatisa información negativa sobre nosotros 1
- 

La relación 1 nos dice que cuando analizamos un mensaje debemos observar qué información se encuentra en positivo y qué dice; obviamente, esa enfatización suprime y minimiza otra. En la relación 2 se enfatiza la información negativa sobre los otros y se suprime la información positiva.

En las campañas electorales del 2012, ese tipo de recursos se emplearon para descalificar a los oponentes en la lucha por la presidencia, y una de esas formas se dio a través de redes sociales y mediante imágenes, ya que en los medios oficiales los tiempos de campaña ya pertenecían al IFE, que también era el encargado de regular los contenidos. Para ejemplificar el cuadro recordemos los casos Calderón vs Obrador, en el 2006, o Fox vs Cárdenas, en el año 2000.

La análisis de las imágenes supone una polisemia de interpretaciones porque se distribuyeron por la red y estuvieron expuestas desde el momento de su producción al ojo interpretante, que para el estudio que realizo también forma parte de una estructura connotativa y denotativa, ¿pero qué son ambas clasificaciones?

De acuerdo con Colle (1998) la codificación a nivel denotativo se ciñe a una de las tres alternativas:

- Infinitivo: muestra al referente aislado.
- Informativo: sitúa al referente principal en un contexto familiar.
- Instructivo: Incluye además elementos capaces de provocar una motivación objetiva directa del destinatario. (Colle, 1998:22)
- La codificación a nivel connotativo se observa en esquemas más completos:
 - Asociativos: adjunta al referente principal otros elementos objetivamente vinculados al mismo, la elección de los mismos debe llevar al destinatario a interpretar el mensaje comunicativo.
 - Adscriptivo: adjunta elementos NO objetivamente vinculados al referente central (asociación basada en fantasía). (Colle, 1998:22)

En la descripción de una imagen no debe pasar desapercibido el elemento emotivo, que se puede determinar por líneas, colores y en la configuración de la imagen

(entendiendo configuración como el modo de ubicar los componentes siguiendo ciertas líneas y sugiriendo un ambiente). Y nuevamente Colle sugiere esta clasificación.

- Ejes horizontales: sugieren paz y tranquilidad.
- Ejes verticales: separan o indican, elevan o hunden (según el ángulo aparente de la mirada).
- Ejes oblicuos: perturban, mueven, empujan o sostienen. Sugieren entusiasmo, anhelo, agresión o desesperación.
- Ejes cursivos: sugieren alegría, suavidad, acogida, alianza.
- Los colores son importantes para determinar el ambiente de una imagen.(Colle 1998:54-55)

Los elementos que sugiere el autor para la clasificación de la configuración serán retomados en mi trabajo pero descritos a través de la écfrasis, concepto que agrego a este apartado como la relación que visibiliza mediante palabras una imagen, estableciendo una relación entre sujeto y objeto, orientando sin duda la interpretación.

Una imagen puede contener pluralidad de interpretaciones, pero tanto una imagen política como una publicitaria intentan en todo momento orientar esa interpretación, por ello a los mensajes le agregan texto. Siguiendo con Colle (1998), un mensaje que contiene texto es un reductor de la polisemia y este autor reconoce tres componentes:

- Código verbal (escritura).- contiene el nombre propio del producto y eventualmente del fabricante, como también algún mensaje para el destinatario.
- Código pictórico: corresponde al icono pictórico, en que habrá una representación del producto y eventualmente objetos y personajes.
- Código señalética o ideográfico: corresponde al emblema del avisador (logotipo). (Colle, 1998:57)

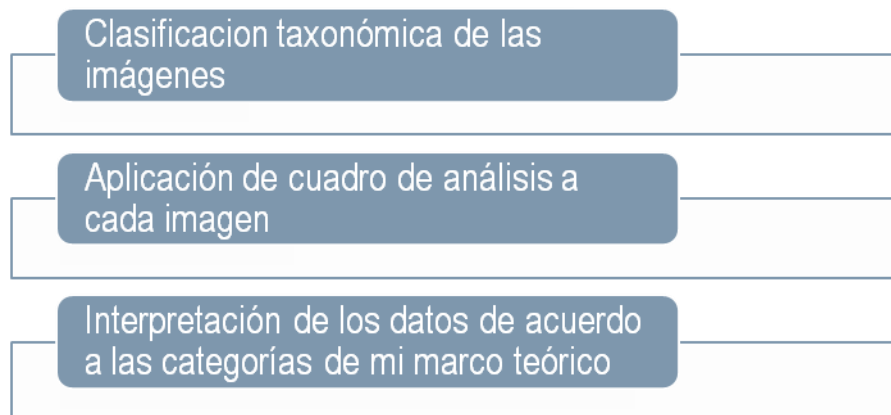
En este estudio me interesa dejar claro qué se dice, por ello que utilicé las definiciones escritas en el marco teórico sobre las figuras retóricas. También, para una mejor aproximación a las imágenes recurro a las definiciones de Haidar, Van Dijk y Raymond Colle. Con base en lo anterior elaboré un cuadro con los elementos semiótico, ecfático e ideológico de las imágenes.

5.1.1 Selección de muestra e instrumento

Originalmente recopilé 250 imágenes, entre fotografías, memes, publicidades, fotomontajes, dibujos, caricaturas, etcétera. De esa gran variedad tenía pensado tomar para la muestra 132 imágenes; aunque al estudiar el material me di cuenta que muchas de ellas eran repetitivas y otras se encontraban cargadas de elementos panfletarios muy obvios, y ante esa característica no había nada que analizar. De esa forma mis criterios de selección se fueron reduciendo hasta llegar a cuarenta imágenes. Me gustaría comentar que las 40 imágenes que tomé fueron las que obtuvieron más “likes” dentro de Facebook, sinónimo de que se compartieron muchas veces, pero ante la velocidad del fenómeno sólo recopilé información sin percatarme de las estadísticas o de la popularidad.

Decidí elaborar en un primer momento un cuadro taxonómico⁹ para vaciar las primeras observaciones de las imágenes según los conceptos revisados hasta ahora.



5.1.2 Ruta Metodológica







⁹ La taxonomía es la ciencia de la clasificación. Habitualmente, se emplea el término para designar a la taxonomía biológica, la ciencia de ordenar la diversidad biológica en taxones anidados unos dentro de otros, ordenados de forma jerárquica, formando un sistema de clasificación. Definición tomada de un diccionario web.



Disponible en: <http://es.thefreedictionary.com/taxonom%C3%ADa>


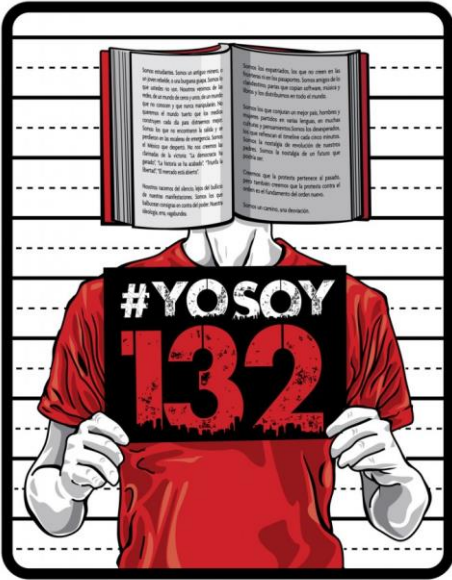
Clasificación taxonómica. Primera aproximación a las imágenes de acuerdo con los conceptos mencionados. (Se toman sólo 10 imágenes a modo de ejemplo).

Numero	Imagen	Tipo	
1	 <p>Descárgalo en tu tienda quien tiene el control. Apaga la televisión todo el Sábado 26 y Domingo 27 de Mayo. (16 hrs.) Te estás de acuerdo, disfruta con tus familiares, vecinos y amigos. ApagaLaTele</p> <p>APAGA La TELE</p> <p>ENCIENDE TU MENTE</p> <p>LE BUEN 132 www.paseo132.mx #YoSoy132</p>	<p>Es una arena tipo cartel, a color, colocada en el muro de FB.</p> <p>Pertenece a una realidad primaria porque excluye de él todo elemento perteneciente a su entorno físico.</p> <p>Es un mensaje propagandístico porque habla de la televisión como producto.</p>	<p>A nivel denotativo nos remite a lo instructivo porque busca una motivación al destinatario.</p> <p>Nos presenta una modalidad de erección porque el elemento flota en el aire y nos interpela.</p> <p>Existe una congruencia verbo-icónica. Reconstruye una idea latente de la tv.</p>
2	 <p>YO SOY #132</p> <p>Colores que representan a un país, pero a un partido político. No a los intereses de los de siempre. cartel132.tumblr.com</p>	<p>Es una arena tipo cartel, a color, visualizada en el Timerline de FB.</p> <p>Pertenece a una realidad mixta porque hay elementos ficticios y reales en la imagen.</p> <p>Se encuentra una mayor iconicidad, tanto verbal como a nivel de imagen. La imagen esta en la modalidad de presentación y sobresignificación.</p>	<p>A nivel denotativo nos remite a lo instructivo, además del logotipo incluye un elemento capaz de provocar motivación directa al destinatario.</p> <p>A nivel connotativo nos lleva a la adscripción que adjunta al referente central asociándolo con otro.</p> <p>Existe una congruencia verbo-icónica que tiene la función de código-señalético.</p>

<p>3</p>	 <p>El gran contenido de la TV en México</p>	<p>Es una arena que se nos presenta en forma de dibujo.</p> <p>Pertenece a una realidad primaria inventada.</p> <p>Se nos presenta en la modalidad de pregón porque interpela al receptor, pero no lo nombra, pero también en la modalidad de artificio retórico. (más adelante se detallará cuál).</p> <p>El estereotipo al que remite es el familiar/social.</p>	<p>A nivel denotativo nos refiere todo el tiempo al elemento informativo, pues sitúa a los referentes en un contexto familiar.</p> <p>A nivel connotativo nos remite a la asociación porque hay vinculación entre los elementos para guiar una interpretación.</p> <p>Presenta una congruencia verbo-icónica.</p>
<p>4</p>		<p>Pertenece a las arenas que se nos presentan tipo cartel visualizada a través del botón "me gusta" de Facebook.</p> <p>Es una realidad ficcionada. Se nos presenta en una modalidad indirecta como alusión.</p> <p>El estereotipo que se nos presenta puede ser social, aunque existe un distanciamiento icónico que deriva en la reinención de los signos tradicionales.</p>	<p>A nivel denotativo se nos muestra la imagen de forma infinitiva, es decir, el referente está aislado.</p> <p>A nivel connotativo se nos muestra a nivel adscriptivo, vinculando elementos al referente central basados en la fantasía.</p> <p>Existe una congruencia verbo-icónica a través del slogan.</p>

<p>5</p>		<p>Pertenece a las arenas de texto, su visualización fue a través del timerline de Facebook.</p> <p>Nos presenta una realidad histórica. El estereotipo es de tipo profesional.</p>	<p>A nivel denotativo nos remite a lo infinito, pues muestra al referente asilado.</p> <p>A nivel connotativo la imagen nos revela lo asociativo, pues de inmediato nos vincula al movimiento.</p> <p>Es una imagen construida en su totalidad como verbo-icónica, pues sólo es el eslogan del movimiento.</p>
<p>6</p>		<p>Es una arena que se nos presenta en forma de cartel.</p> <p>Apareció en el muro de un amigo.</p> <p>Nos presenta una realidad primaria histórica porque los iconos corresponden a prototipos sociales.</p> <p>El estereotipo en esta imagen remite a lo social y nacional.</p> <p>La modalidad se nos presenta de forma indirecta en forma de alusión.</p>	<p>A nivel denotativo se nos muestra a nivel instructivo porque incluye elementos capaces de provocar motivación.</p> <p>A nivel connotativo se nos presenta como asociación porque la imagen está asociada a algo que podemos entender.</p> <p>Tiene una congruencia verbo-icónica por el eslogan.</p>

<p>7</p>		<p>Esta imagen se nos presenta en las arenas de los carteles. Interacción en Facebook por el botón “me gusta”.</p> <p>Nos muestra una realidad primaria ficticia.</p> <p>La modalidad en la que se nos presenta es indirecta en forma de alusión, porque nos presenta al icono con un mensaje verbal.</p> <p>El prototipo al que nos remite es el social.</p>	<p>A nivel denotativo se nos presenta en modalidad de instructivo, porque incluye elementos capaces de provocar motivación al destinatario.</p> <p>A nivel connotativo se observa la asociación por la vinculación icónica.</p> <p>Presenta congruencia icónico-verbal.</p>
<p>8</p>		<p>La imagen se nos presenta en la arena de cartel. Su recuperación fue de FB en el timeline.</p> <p>La realidad primaria que presenta es histórica.</p> <p>Se nos presenta en modalidad indirecta, como un artificio que pone en relación nuestro conocimiento sobre conceptos.</p> <p>Presenta un estereotipo nacional.</p>	<p>A nivel denotativo nos remite a lo instructivo porque nos remite a elementos que despiertan motivación en el destinatario.</p> <p>A nivel connotativo a lo asociativo porque vincula varios elementos para guiarnos a una interpretación.</p> <p>Presenta congruencia verbo-icónica.</p>

<p>9</p>		<p>Se nos presenta en arena de cartel. Su presencia en Facebook fue mediante “share”, compartir.</p> <p>La realidad a la que nos refiere es histórica.</p> <p>La modalidad en la que se nos presenta es indirecta pues es lo escrito lo que nos ancla el referente.</p> <p>El estereotipo al que responde es más profesional.</p>	<p>A nivel denotativo nos remite a lo informativo, pues apela a la motivación directa para con el destinatario.</p> <p>A nivel connotativo se observa la asociación, pues adjunta al referente con otros para ayudar a la interpretación del mensaje.</p> <p>Tiene una congruencia verbo-icónica.</p>
<p>10</p>		<p>Esta imagen está dentro de las arenas de la opinión su distribución fue dentro del muro.</p> <p>La realidad que nos presenta es una realidad primaria mixta..</p> <p>La imagen se nos presenta en modalidad directa en forma de sobresignificación, pues amplía el contenido del mensaje con color y marcos que encierran sus artificios.</p> <p>A nivel ideológico contiene el estereotipo nacional y profesional.</p>	<p>A nivel denotativo nos refiere a la instrucción, pues incluye elementos capaces de provocar al destinatario.</p> <p>A nivel connotativo nos remite a la asociación, pues adjunta al referente con otros para llevar al destinatario a una interpretación.</p> <p>Presenta una congruencia verbo-icónica.</p>

La clasificación supuso determinar la ideología de las imágenes, la posible polisemia del mensaje, su configuración mediante los ejes y los colores, la idoneidad icónica, algunos de los significados connotados y denotados, elementos que revelan su ubicación socio-histórica, la identificación del contexto, de la fuente (en caso de firma de autor o de marca) y por último los elementos verbo-icónicos.

Esa clasificación la considero la primera aproximación a las imágenes, explicación que se ampliará en el segundo momento con la aplicación del cuadro de análisis a cada imagen en tres niveles: semiótico, efrático e ideológico. En se segundo momento se profundizará en los elementos semióticos con las preguntas ¿Qué tema estoy observando? ¿De qué me habla la imagen? ¿Qué connota? ¿Qué denota? ¿Qué pretendía la imagen? ¿Funcionó?, con la descripción efrática sobre los colores, el significado del color, las tipografías, el relieve, los ejes, etcétera. Y por último, la interpretación de los datos de acuerdo a las definiciones de figuras retóricas descritas por la Dr. Marián López.

5.1.3 Protocolo de análisis

A continuación presenté el cuadro que aplicaré a las cuarenta imágenes del movimiento #Yosoy132 en la segunda clasificación.

No. de imagen	Semiótica			Écfrasis						Ideología		
	Niveles			Producción artística						Fig. Retórica	Huella sujeto	Interpretación general
Características generales de la imagen.	Sem.	Sint.	Prag.	Color	Significado	B/N	Texto	Relieve	Interacción Facebook			

1. En las características generales de la imagen se vacía el contenido muy general del primer cuadro taxonómico.
2. En el análisis semiótico se identificarán los elementos informativo, instructivo e infinitivo descritos por Colle, el nivel de codificación, el análisis motivacional de la estructura, conocer qué promueve, la justificación a la creación de esa propuesta de imagen (tipo de mensaje). La clasificación de la realidad: primaria, histórica o mixta. También la codificación a nivel connotativo donde veremos si la imagen es asociativa o descriptiva y por último, en el nivel pragmático evaluar el valor documental del mensaje icónico, ubicando el contexto de la imagen y la fuente.
3. En la parte de écfrasis se describe la configuración de la imagen, registrando el color, los ejes horizontal, vertical u oblicuo, así como el mensaje verbo-icónico que será la tipografía, pero esta vez utilizando una alegoría literaria para narrar, aunque de forma subjetiva, las formas del objeto y tornarlas vívidas. También se repasará la forma en cómo la imagen fue difundida a través de la plataforma

Facebook, determinando con ello la interacción mimética que se produjo al representar parte de una realidad. Para ello se utilizará la definición de mimesis que propuso la Dra. Adriana Hernández, junto con la asociación de conceptos de Carlos Lozares y mía.

4. Por último, en la parte de la ideología se buscará identificar los prototipos; por ejemplo, familiares, profesionales, sociales, nacionales, raciales, etcétera. En cada imagen se pondrá en evidencia un contenido latente con base en claves de interpretación, el poder de convocatoria, de rechazo, de crítica, de estigmatización y la relación contradictoria entre la forma y su irracionalidad. En este último aspecto me refiero a que, de todo mensaje, me propondré revisar sus contradicciones de la imagen, ya que se originaron en un momento de coyuntura política, para ello utilizaré las clasificaciones sobre retórica.

5.1.4 Tipografías

En las imágenes una gran parte contienen tipografías, pero ¿qué son? De acuerdo con Leonel Sagahón (2006) son la expresión gráfica de la escritura, letras generadas con alguna tecnología que no tiene que ver con nuestro puño y letra. Con la primera clasificación del cuadro taxonómico pretendo determinar también el tipo de letra que acompañó a cada imagen del movimiento #Yosoy132, debido a que en algunos casos el sentido total de una imagen depende sólo del texto, funcionando como el mensaje mismo.

Las letras adquieren un valor gráfico y uno escrito, ya que las palabras ayudan a dirigir el mensaje y reducir la polisemia. Para Sagahón (2006:3) la afirmación “una imagen vale más que mil palabras” es falsa, pues la interpretación de una imagen va a depender de su contexto cultural e histórico. Las imágenes del movimiento están claramente delimitadas por ese contexto y aunque se compartieron a un nivel más o menos masivo, algunas de ellas presentan un nivel de abstracción, difícil de representar.

Las letras son el auxiliar que ayuda a esos mensajes abstractos a ser representados, con esa representación la idea se convierte en un código escrito. Siguiendo con el autor, en la tipografía cada letra será denominada como caracter, y cada caracter tendrá un tipo, así comienza la clasificación que se utilizará para este trabajo:

Familia tipográfica = conjunto de caracteres del alfabeto diseñado.

Fuente de caracteres = serán las variables que adquiera la forma de la letra, por ejemplo cursiva, ligera, bold (negra), black (pesada), extendida, etcétera. (Sagahón, 2006:4). La historia de la tipografía nos indica que con cada nueva tecnología existe un avance en la creación tipográfica, y hoy podemos notar que en la computadora tenemos miles de letras para poder escoger cuál se adapta mejor a nuestras necesidades. Por ejemplo, en la publicidad no se escoge cualquier tipo de letra para los mensajes, se colocan aquellas que tengan mejor legibilidad y se adecuen al espacio e intencionalidad del mensaje. La tipografía en las imágenes del movimiento #Yosoy132 podrá ser un agregado para descifrar la intencionalidad del mensaje, ya que no hubo distintas tipografías en las imágenes, por ejemplo las siguientes imágenes:



Las categorías más utilizadas según la clasificación de Sagahón (2006:6) son:

Romanas: Tienen patines con forma de muesca, triangulares o redondeados. Estos remates son herencia de los cinceles, plumillas o pinceles con los que se trazaban las letras antiguas, antes de llegar la tipografía.

Book Antigua Garamond Century

Didonas: Son conocidas como las letras modernas, diseñadas en el siglo XVIII. Tienen patines o serif, pero son sólo una fina línea que se conoce como filiforme, se caracterizan porque las líneas de sus trazos van de lo delgado a lo grueso.

Bodoni

Egipcias: Las egipcias tienen los patines en forma rectangular y normalmente son tan gruesos como el ancho de los fustes, sus trazos tienen poco contraste.

Rockwell

Humanas: Sus trazos no son del mismo grosor.

Tahoma

Geométricas: Sus trazos tienden a ser del mismo grosor y están formadas por elementos básicos y constantes.

Helvética

Góticas: Imitan las letras del periodo gótico con las que los calígrafos medievales transcribían los libros ilustrados.

COPPERPLATE GOTHIC LIGHT

Caligráficas o script: Son las letras que pretenden imitar la escritura manual.

Brush Script

Fantasía, display o rótulo: Fueron hechas para publicidad y con ellas no se escribe normalmente más de un par de palabras.

ROSEWOOD STD

Siguiendo la clasificación de Sagahón (2006) se dividirá la tipografía de las imágenes dentro de esos grupos, se verá su forma y con ello también podrá realizarse una aproximación a la intencionalidad de los mensajes.

Para concluir este apartado me gustaría reiterar que las imágenes son una práctica social particular, que se dio durante el movimiento estudiantil #Yosoy132, y ese discurso presenta características específicas. A partir de la primera exploración considero que las imágenes están construidas bajo cuatro dimensiones:

- La comunicativo-pragmática.
- La ideológica y su relación con el poder.
- La histórica.
- La social.

Por ende este discurso tiene especificidades discursivas que se diferencian de otras manifestaciones que se dieron durante el movimiento, o incluso durante movimientos sociales anteriores, porque a partir de su estallido se transformó la vida social y política dentro de las redes y siguieron construyéndose expresiones socioculturales que generan procesos de resistencia contra la dominación, resistiendo a las prácticas discursivas que se auto-asumen como verdaderas, por ejemplo, el discurso de la clase política.

Capítulo VI. Interpretación

En este apartado se exploran a detalle los elementos que componen las imágenes: ideología, colores, texto, figuras retóricas, las formas semióticas, las relaciones de intertextualidad, el nivel de iconicidad, imágenes caricaturizadas, etcétera. Todo ello con la finalidad de describir el tipo de discurso que predominó en la producción del movimiento #Yosoy132, así como apuntar a ciertas características del sujeto emisor del mensaje, para finalmente establecer la utilidad de Facebook en el movimiento.

Para la redacción de este capítulo se aplicó el protocolo de análisis a la muestra con la finalidad de observar a detalle cada una de las particularidades. La finalidad de esta descripción es clasificar qué elementos retóricos, semióticos, ideológicos y ecfrásticos tienen en común y que discursos se generaron a partir de las imágenes del movimiento, con ello se establece la relación con la plataforma de Facebook, así como la ubicación sociohistórica.

6.1 Características generales de las imágenes.

Para el análisis de esta tesis se retomaron cuarenta imágenes, todas ellas distintas en su construcción, es decir, ninguna repetida en cuanto a forma, pero sí en su contenido. De las imágenes analizadas me gustaría destacar los siguientes aspectos:

1. Diecisiete de ellas presentan el logotipo del movimiento 132#Yosoy en distintas maneras, o sea, no se aprecia la homologación del logotipo habitual en blanco y negro que se conoció en los medios hegemónicos.
2. Treinta y seis presentan colores diversos; de ese listado de imágenes, diez presentan en la mayor parte de su construcción los colores rojo y negro, colores usados para identificar una huelga.
3. Tres imágenes fueron elaboradas en blanco y negro.
4. Cinco de las imágenes, en casi su totalidad, usaron en su construcción el color negro.
5. Diez imágenes hacen una crítica a los medios de comunicación, en especial a la televisión.
6. Tres imágenes hacen referencia a la importancia de los libros como un elemento de la sociedad.
7. Siete imágenes hacen referencia a Enrique Peña Nieto.
8. Cuatro imágenes muestran al grupo Televisa como enemigo del movimiento y de la sociedad.
9. Sólo cuatro de las imágenes tomadas para la muestra hacen referencia a las redes sociales, ya sea twitter o Facebook.
10. Cinco de las imágenes convocan a marchas o protestas y sólo presentan una imagen central, la convocatoria y el logotipo del movimiento.

De las imágenes mencionadas ejemplifico aquí los siguientes casos, que me parecen los más significativos:

Caso 1.

La imagen es horizontal y se puede leer de arriba abajo y de izquierda a derecha. Está elaborada sobre un fondo blanco. No tiene mucho texto y lo que se observan son figuras icónicas que representan a un humano. Las figuras retóricas que aparecen son:

Aliteración: que relaciona entre sí las imágenes, los elementos conceptuales y visuales con identidad similar. Se observa también una suma de imágenes, por ejemplo, se puede ver de arriba hacia abajo y de izquierda a derecha un icono, luego la suma con



la araña, lo que da por resultado al hombre araña. En esta imagen se hace claro que el receptor para darle un significado a la imagen debe conocer los conceptos “Hombre araña” y “Batman”; de esa relación e historia se entiende la última suma: Peña Nieto y Soriana.

La construcción de las imágenes no presenta una sola figura retórica, una línea recta en su elaboración, el caso también presenta la figura retórica de *anáfora*, *reduplicación*, *sinonimia* y *préstamo*. Todas tienen en común el elemento de la repetición. La figura retórica del préstamo establece el nivel de intertextualidad porque utiliza códigos ya conocidos para la construcción de esta imagen, por ejemplo es muy fácil reconocer a Batman y el Hombre Araña.

Los colores que se usaron fueron el rojo, azul, verde, blanco, naranja y negro, predominando más el color blanco, lo que le da mucha luminosidad al mensaje. A nivel semiótico la imagen es una suma de iconos que representan y remiten a significados ya familiares. El caso Soriana-Monex que fue revelado por la coalición Movimiento

Progresista (PRD, PT, MC) al presentar un recurso de inconformidad por la compra de miles de votos a través de tarjetas que podían canjearse en las tiendas SORIANA. A partir de esa evidencia, el IFE inició su investigación declarando el caso inconstitucional debido al *corpus criminis*: había un arma, pero no un cadáver. (El Universal, en línea). Esta imagen es una representación de la corrupción priista, y la corrupción es un concepto abstracto que el autor de la imagen pudo representar.

Caso 2.

La imagen puede leerse de forma vertical. Está elaborada sobre un fondo verde. El centro lo ocupa una televisión que proyecta a un país atrapado, o sea, la televisión como prisión. Debajo del televisor se puede leer una cita “jueves 8 de noviembre”. Debajo de ello se especifican las actividades que habrá, y en letras más pequeñas podemos encontrar un hashtag que dice #esposible seguido de un enunciado: democratizar los medios. Nos indican otro lugar y en la parte inferior derecha está el logotipo del movimiento #Yosoy132.



En la imagen se observa una acusación a la televisión y se convoca a una reunión pacífica para poder expresar artísticamente la inconformidad hacia ese medio. El sentido de la imagen está en establecer la relación entre la televisión, difusora sólo de ciertos mensajes. Se pide acudir a la Cámara de Diputados. El color que predomina es el verde. La figura retórica utilizada fue la repetición.

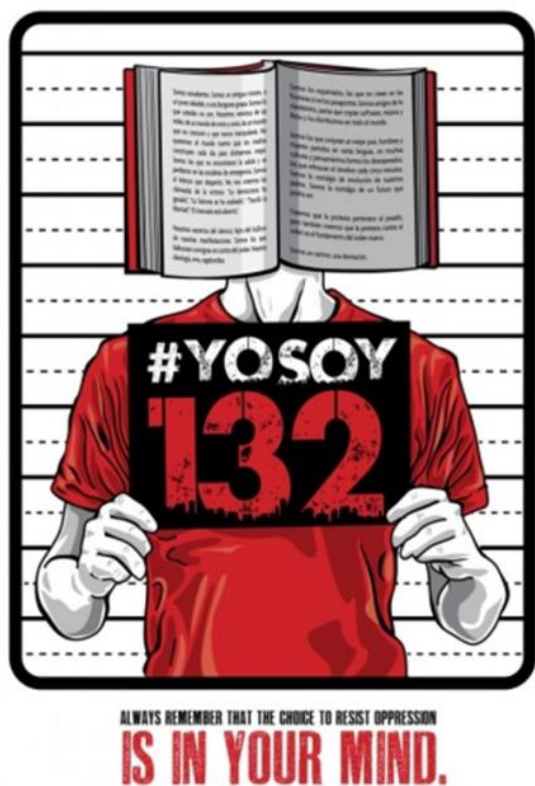
En este caso la repetición se establece por el uso de la tipografía de las letras y el tamaño. Además de que los elementos se encuentran orientados para la asistencia a la marcha, el mensaje pese al texto es claro: si estás en contra de la captura del país por parte de la televisión; ven, marcha.

Una de las características de este movimiento fue su demanda por la democratización de los medios. A través de las imágenes seleccionadas se puede observar que diez de las cuarenta piden apagar la tele, piden que no te dejes educar, rompen el logo de Televisa, hacen énfasis en la relación contenidos mediáticos-dinero, advierten sobre los contenidos basura y hablan de la educación y el consumo cultural. Una de las preguntas planteadas en esta tesis fue sobre los elementos ideológicos que componen la gráfica del movimiento; en esta parte de la descripción podemos empezar a resaltar que ideológicamente perseguían a la información mediática señalando una falla en la educación del país y en los contenidos televisivos.

Caso 3.

En esta imagen se está enfatizando información positiva sobre “algo”. Entendiendo ese algo como objetos, en este caso, libros. Aunque parezca que el sentido de la imagen es todo lo contrario, me parece que es sólo el efecto para resaltar las virtudes de leer, y del conocimiento. Entendiendo el sentido con la metodología de Van Dijk, se *desenfatisa* (casi se anula) información negativa sobre “nosotros”, entendiendo un nosotros como el movimiento #Yosoy132 ¿Por qué? porque asocia la acumulación de

conocimiento al movimiento. La imagen está elaborada sobre un fondo blanco. Hay un sujeto que sostiene el logotipo del movimiento y de nuevo observamos otra tipografía en el logotipo. Su cabeza es un libro abierto.



El fondo punteado sugiere que el personaje se encuentra en una sala de identificación que utiliza la policía de Estados Unidos cuando registra a un culpable y lo fotografía para abrir un expediente. Debajo del sujeto del cartel hay una leyenda en inglés que dice *always remember that the choice to resist to oppression is in your mind*, que se traduce como: siempre

recuerda que la elección de resistir la opresión está en tu mente. Las figuras retóricas utilizadas fueron el préstamo, la ironía y la personificación o prosopopeya.

Caso 4.

Es una imagen en blanco y negro, caricaturizada. En un primer plano hay una mano que sostiene un celular y dentro del cuadro que enmarca el teléfono se ve la imagen de fondo (que son estudiantes marchando) capturada con el teléfono.

La imagen es muy clara. Sencillamente nos muestra que para el movimiento 132 el uso de las tecnologías los igualó con los movimientos sociales que se daban alrededor del mundo (primavera árabe en Túnez y Egipto, el movimiento Occupy Wall Street y los movimientos estudiantiles de Chile y Quebec), donde no sólo era la protesta social, los

eslogans, las demandas, sino el registro de cada una de sus formas de resistencia. Ahora los movimientos se resguardaban con imágenes al antojo y también con ello resguardaban su identidad. La imagen habla de la resignificación que se le dio a las nuevas tecnologías digitales, uso que hasta ese momento sorprendía y sacudía al mundo.



La documentación hizo que las protestas dejaran de ser aisladas y en distintos momentos fueron realizándose las manifestaciones. En internet podían circular las pancartas, voces, rostros y se mostraba la represión, como en el caso de los países árabes. Para entender mejor la imagen voy a referirme al concepto intertextualidad acuñado por el filólogo ruso Mijaíl Bajtín y trabajado por diversos autores. La definición de intertextualidad para este trabajo será la de Clarybell Noval Pedraza donde explica

el concepto como un entretrejo de textos de otros espacios sociales y culturales, permitiendo la construcción de sentido, la cual está determinada por las redes de significado que aparecen a lo largo de la vida.

De acuerdo con la autora, Bajtín decía que el sujeto emisor se encuentra expuesto a distintos mensajes, por lo tanto ha sido receptor de distintos textos, con ello su construcción no es aislada, sino que establece un diálogo con esas referencialidades. En la intertextualidad se agrupa un significado con otro, es el vínculo con otros textos lo que le da la posibilidad de comprender y producir nuevos. (Noval, 2010: 144)

La imagen del celular capturando a los manifestantes es intertextual porque hace referencia a la primavera árabe, entonces hay una doble lectura: primavera mexicana = primavera árabe. Con la imagen mostrada se revela que las redes sociales invisibilizan la “lejanía”.

6.1.1 Elementos semióticos-discursivos de las imágenes

De las cuarenta imágenes, se desglosan los temas observados en el protocolo de análisis de la siguiente manera:

- Once de las imágenes hablan sobre la democratización de los medios.
- Doce de las imágenes presentan el logotipo del movimiento #Yosoy132, pero con tipografía distinta.
- Dos imágenes hablan sobre educación, una lo hace como forma de libertad y otra mezcla educación e información.
- Cuatro de las imágenes presentan el tema de las nuevas tecnologías.
- Cuatro presentan una burla de Enrique Peña Nieto.
- Tres hacen referencia a la crítica política.
- Una resultó ser muy híbrida.

De la lista anterior se desprenden los temas predominantes:

1. Posición de la marca #Yosoy132.
2. Democratización de los medios de comunicación.
3. Las nuevas tecnologías como herramientas para el movimiento social.

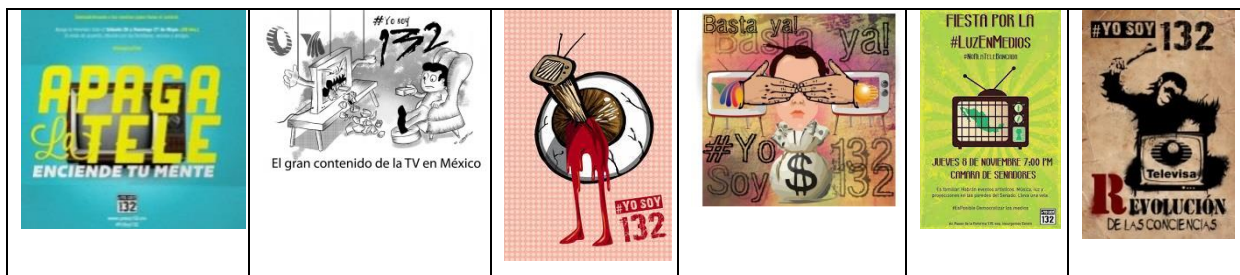
4. Burlas a Enrique Peña como candidato.
5. Crítica a la política mexicana.

En rasgos muy generales se presentaron los temas para su entendimiento; sin embargo, las imágenes por ser un mensaje plural presentan dentro de una misma configuración varios temas mezclados, como puede ser la invitación a una marcha y la crítica a la televisión o hacer una referencia a Enrique Peña Nieto, burlarse de él, pero a la vez mostrar que el país está lleno de sangre y violencia, o decir que los libros son importantes, pero a la vez se describe que existe un problema de educación en el país.

6.1.2 La forma sintáctica (el cómo)

Cada imagen analizada responde a un cómo. En mi trabajo las preguntas para volver visibles ciertos aspectos de los textos visuales fueron: ¿Cómo es la imagen? ¿Cómo es la estética?, y ¿qué connota? De las cuarenta imágenes se desprende lo siguiente:

Seis de las imágenes retratan abiertamente a la televisión. En sus mensajes utilizan colores (excepto una construida en blanco y negro), usan el orden gramatical, es decir, se reconoce dentro de esos carteles que la televisión es el centro del mensaje y los demás elementos giran alrededor. Las imágenes presentan el uso de eslogan y marca del movimiento, aunque de forma distinta.



El eslogan #Yosoy132 se encontró en la mayor parte de los carteles, pero sólo uno respondió a atender a la marca como mensaje principal, aunque alude al creado en Oaxaca, en color azul. Lo resalto por ser la única imagen que presenta el 132 sin acompañamiento de otros elementos.



El resto de las imágenes presentan a la marca acompañada de colores, caricaturas, formas, esloganes, fotografías, libros; o sea, existe una multiplicidad de elementos con los cuales el logotipo interactúa, y en algunos no fue el elemento principal, en la mayoría de los carteles resaltan otras ideas que se asocian con marchas, invitaciones a mítines, cultura, educación, libros o denuncias. Como puede notarse aquí empiezan a mezclarse ya los temas.



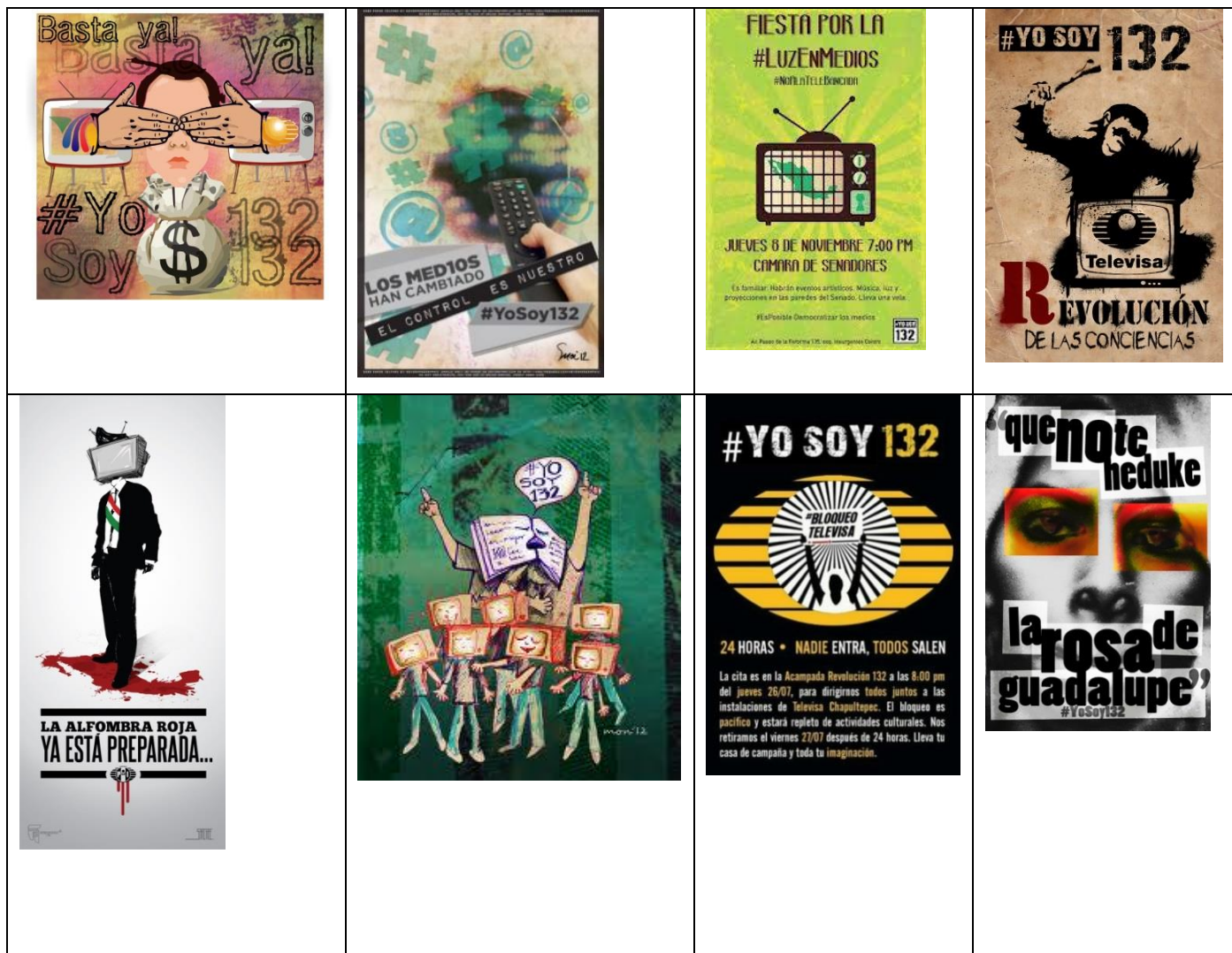


6.1.3 Elementos pragmáticos

Para responder a los elementos pragmáticos en este trabajo se utilizaron las preguntas ¿Por qué? y, ¿qué pretende? De esa forma se interrogó a cada imagen: ¿por qué hay más texto que imagen?, ¿por qué predomina cierto color sobre otro?, ¿qué se buscaba al colocar al icono de tal o cuál forma? Se presenta la descripción del análisis pragmático que revela cierta intencionalidad:

La intencionalidad sobre la televisión y las televisoras: Si bien una de las demandas del movimiento fue estar en contra de los contenidos que emite la televisión, en sus carteles difundidos por redes sociales la crítica fue muy puntual: la tele presenta al país aprisionado, “apaga la tele y enciende tu mente”, “nosotros tenemos el control”, el libro como única liberación del yugo de la televisión, un hombre destruyendo una tele, una tele cegando a un sujeto por dinero, etcétera.





Es en el nivel pragmático donde se aprecia la intertextualidad de las imágenes. Lo que se revela es que la petición de democratizar a los medios durante el movimiento #YoSoy132 fue de las más importantes. ¿Por qué refiero que esta demanda es intertextual?, porque encontramos un significado ligado a otro, existe sin duda un vínculo con otros textos que nos dan la posibilidad de entender estas imágenes y las críticas a los medios. De todo ello derivó que el espectador también hizo esa misma asociación de significados, lo que le permitió relacionarse con las imágenes dentro de la plataforma de Facebook, haciendo tantas lecturas de estas imágenes cómo fue posible. La novedad con esta clase de significados y FB es que ahora queda registrado un anecdotario de imágenes de lo que le sucede al país.



Las imágenes que aluden al país. Dentro del movimiento #Yosoy132 se presentaron también las contradicciones. En estas imágenes se observa cómo se advertía de un país en ruinas (aludiendo al sexenio de Felipe Calderón) y había posturas que nos invitaban al movimiento evocando a un país unido y sin conflictos. “Hay esperanza”, se puede entender en las dos primeras imágenes. “No hay esperanza, debemos luchar”, se puede ver en las dos últimas. El mensaje final se entiende como una invitación a la lucha social.



Las referencias al (en ese entonces) candidato Enrique Peña Nieto. Desde el inicio del movimiento se mostró una desaprobación a Peña, se sabía la ineptitud de su intelecto desde el error de la FIL en Guadalajara; en suma él representa la figura de la corrupción e ilegalidad, por eso urgía revelar su descredito y burlarse de su figura institucional, aunque ahora sabemos que por lo menos dentro de este análisis no fue el tema central.



La exaltación de los libros, en oposición a los contenidos televisivos. Los libros y su representación también son una sorpresa en este movimiento. Se observa ya la necesidad de incluirlos como parte de una resistencia ante la ignorancia política, se habla de una sociedad educada, pensante. Su sola representación en este movimiento habla de un desafío a los aparatos e instituciones, también a las prácticas sociales establecidas. En este caso, los libros sirven de oposición a la figura presidencial.



6.1.4 Écfrasis referencial.

Considerando que en el mundo del arte aún se debate sobre la pertinencia del arte político y su influencia. En este trabajo, los elementos artísticos son aquellos que se repiten, es decir, los más recurrentes, que descritos bajo la écfrasis referencial cobran una relevancia artística. A continuación enlisto los elementos encontrados:

1. Imágenes con el logotipo del movimiento #Yosoy132.
2. Elaborados con alto contraste de colores.
3. Creación en blanco y negro.
4. Imágenes que son caricaturas o dibujos.
5. Elaboración del mensaje a partir de iconos.
6. Imágenes que involucran a una televisión como centro del mensaje.
7. Imágenes sobre jóvenes.
8. Burlas a Enrique Peña Nieto.
9. Exaltación a los libros.
10. Las alusiones a un país a punto de llegar a un momento crítico.

Temáticas identificadas del movimiento	Asociación de imágenes																
	2	4	6	8	9	10	11	29	32	36	37	40	5				
Con el logotipo del movimiento 132	2	4	6	8	9	10	11	29	32	36	37	40	5				
Imágenes con contraste	1	6	8	9	10	11	14	15	16	19	21	29	35	36	37	38	39
Imágenes en blanco y negro	3	13	18	23													
Imágenes con caricaturas	3	4	7	13	18	22	24	25	30	33							
Imágenes que presentan iconos	2	7	10	11	13	14	15	16	18	24	30	31	40	19			
Televisión	1	3	7	17	20	26	28	29	31	39	33						
Imágenes que presentan exaltación a jóvenes	6	9	13	32	33												
Referencias a Enrique Peña Nieto	14	16	21	22	24	27	30	31									
Exaltación a los libros	10	11	35	33													
Imágenes que aluden al país	2	8	31	38	34												

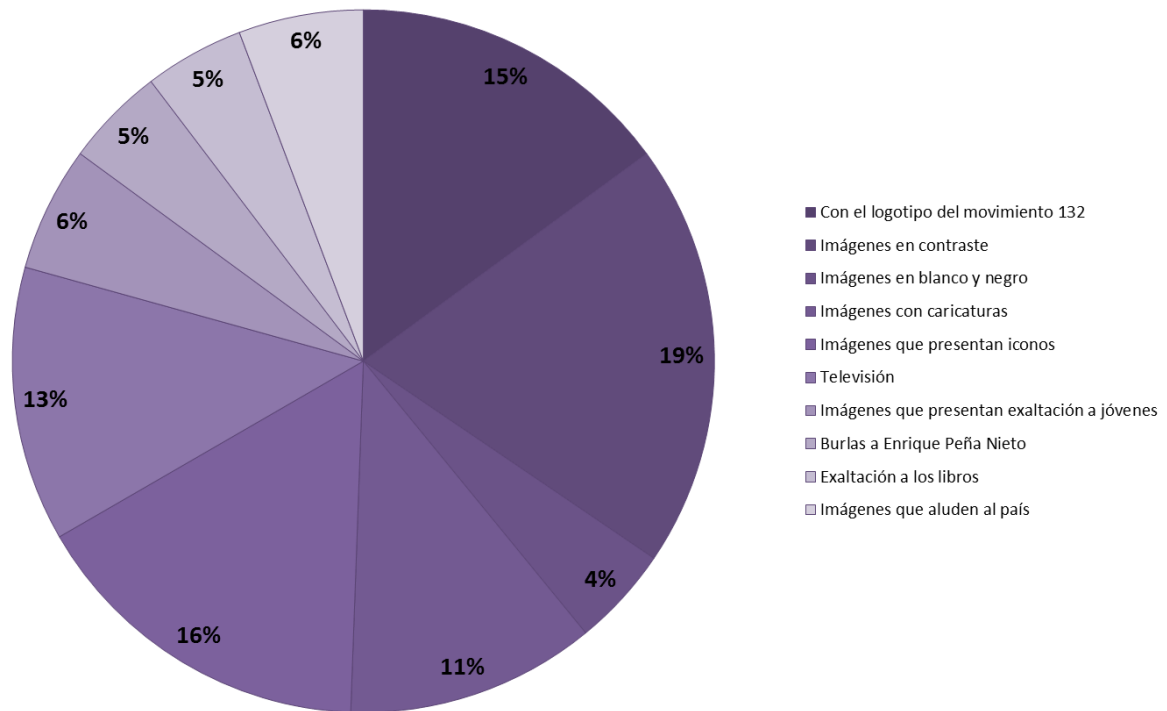
Tabla 1 de asociaciones

La elaboración de la tabla tiene que ver con los elementos percibidos en el protocolo de análisis y enlistados previamente. De lado izquierdo se colocaron esos conceptos, y de lado derecho está el número que le corresponde a cada imagen, de esa forma pretendo ver qué elementos se repiten con mayor frecuencia. Los resultados fueron los siguientes:

Asociaciones	Totales
Con el logotipo del movimiento 132	13
Imágenes en contraste	17
Imágenes en blanco y negro	4
Imágenes con caricaturas	10
Imágenes que presentan iconos	14
Televisión	11
Imágenes que presentan exaltación a jóvenes	5
Burlas a Enrique Peña Nieto	4
Exaltación a los libros	4
Imágenes que aluden al país	5

Tabla 2. Total de asociaciones

Tabla porcentual de asociaciones ecfraticas



Descripción de los resultados:

- En la construcción de las imágenes predominó la técnica de contraste con 19%.
- El icono fue un elemento utilizado en 16% de las imágenes.
- El logotipo del movimiento #Yosoy132 estuvo presente en 15% y no de forma homogénea.
- En 11% se utilizaron imágenes caricaturizadas.
- En 13% la televisión fue el centro del mensaje, presentada como dibujo o fotografía.
- Un 6% exaltó a los jóvenes.
- Otro 6% hablaba de una idea de país.
- El 4% de las imágenes fue elaborada en blanco y negro.
- Sólo 5% habló de libros.
- Únicamente 5% de las imágenes se refirieron a Enrique Peña Nieto.

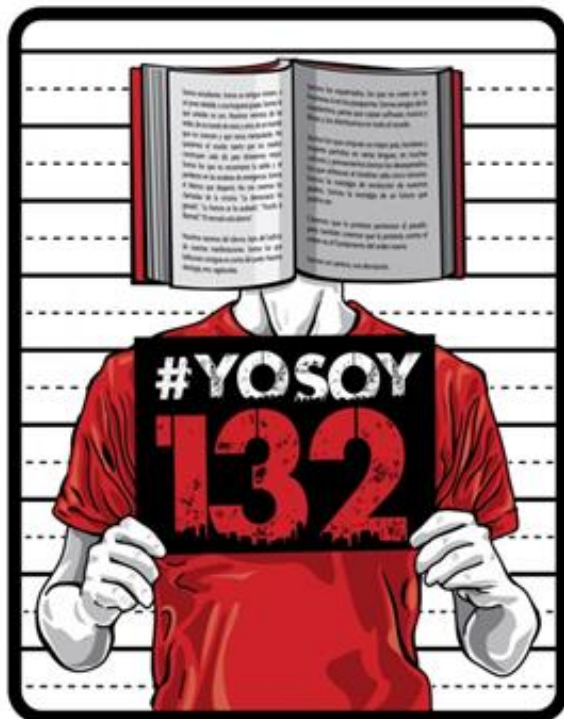
En cuanto a las asociaciones, quedaron de la siguiente forma:

Primavera Mexicana



La imagen 13 se repite cuatro veces, lo que indica:

- Presenta imágenes caricaturizadas.
- Su construcción es en blanco y negro.
- Las imágenes son icónicas.
- Presentan exaltación a los jóvenes.



La imagen 10 es otra que se repite cuatro veces y presenta las siguientes características:

- Presenta el logotipo del movimiento #Yosoy132.
- La imagen está elaborada con el contraste de colores rojo, negro y blanco.
- Su construcción es a base de iconos.
- Su temática es una exaltación a los libros.

ALWAYS REMEMBER THAT THE CHOICE TO RESIST OPPRESSION
IS IN YOUR MIND.



La última que se repite cuatro veces de acuerdo a la tabla de asociaciones es la imagen 31 y presenta las siguientes características:

- Su construcción es a base de iconos.
- Presenta una televisión.
- Su temática es una referencia a Enrique Peña Nieto.
- La imagen alude al país.

La siguiente es la imagen 30, que se repite durante tres veces en la tabla y presenta las siguientes características:

- Es una imagen caricaturizada.
- Presenta una construcción icónica.
- Es una burla a Enrique Peña Nieto.

También las siguientes imágenes se repiten durante tres veces en la tabla. Img.2, Img.3, Img.6, Img.7, Img.8, Img.9, Img.14, Img.16, Img.18, Img.24 e Img.29, presentado cada una sus particularidades.





La siguiente imagen es la número 40, que sólo se repite dos veces en la tabla. Enlisto sus características:

- Presenta el logotipo del movimiento #Yosoy132.
- Su construcción es icónica.

También las imágenes 1,4, 15,19, 21, 22, 32, 33, 36, 37 y 38 se repiten en dos ocasiones en la tabla, cada una con sus particularidades.

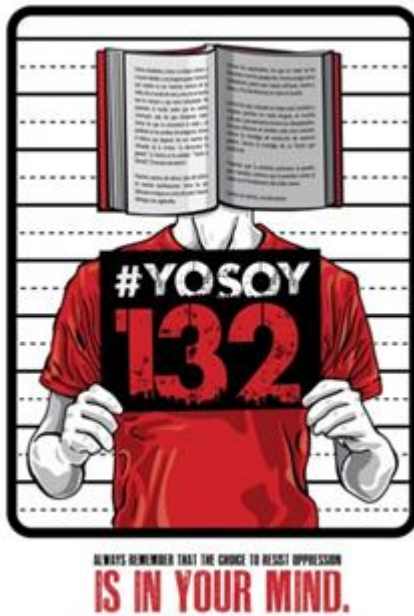
La imagen 35 sólo presenta un elemento predominante de la tabla como parte de su construcción:

- Exaltación de los libros.

Las siguientes imágenes también presentaron sólo un elemento en la tabla:

- Img.5
- Img.17
- Img.20
- Img.23
- Img.25
- Img.26
- Img.27
- Img.28
- Img.34
- Img.35
- Img.39





A continuación detallo la información de la **imagen 10**, según los conceptos revisados.

La imagen presenta el logotipo del movimiento #Yosoy132. Tiene contraste y mucha luminosidad en los colores: blanco, negro, rojo. Es una imagen que tiene un nivel de iconicidad alto, ofreciéndonos figuras apegadas a la realidad: el libro, y el sujeto. Luego podemos observar que se encuentra sobre un lineado que también representa algo que de acuerdo a la intertextualidad me representa a mí (sujeto interpretante) una detención. El tema gira en torno a

libros, los exaltan como un valor cultural. Si realizamos esa relación intertextual entre el libro y la figura del sujeto, nos dice que ambos son un peligro social. Es una imagen que nos presenta una realidad ficticia con un nivel denotativo informativo, es decir, nos ofrece al referente en un contexto familiar, mientras que el nivel connotativo nos remite a lo asociativo que nos indica que los referentes fueron seleccionados para que vinculemos el significado y recordemos algo sobre lo que nos interpela.

Los artificios retóricos que presenta son: el préstamo, porque utiliza el códigos de otro mensaje ya conocido, la ironía porque nos presenta una idea para que entendamos su contraria, los libros como un peligro, aunque no lo son. Y por último la personificación o prosopopeya, que a nivel retórico es un recurso que le otorga vida a lo que no puede tenerlo en la realidad. La posible polisemia de esta imagen se reduce con el mensaje verbo-icónico, una frase en inglés en la que se puede leer “always remember that the choice to resist to opression is in your mind”, cuya traducida significa siempre recuerda que la elección de resistir la opresión está en tu mente.

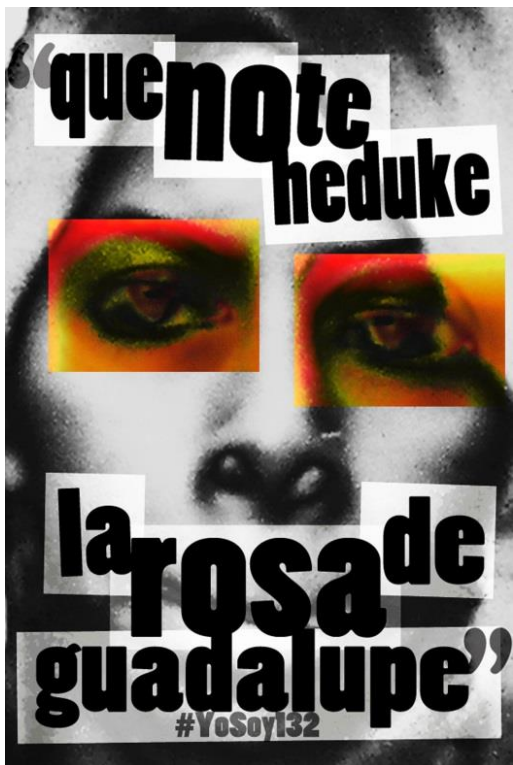
El estereotipo al que recurre es el social, pero reinventa los signos negativos como la prisión, intensificando el mensaje y creando en términos de capital simbólico una idea política, influyendo sin duda en replantear los significantes conocidos. Ideológicamente observamos que al reprocesar y construir un nuevo significado a partir de conceptos ya conocidos el discurso adquiere una categoría de coyuntura, entendida como la condición de producción y recepción de la imagen. Esa condición de coyuntura

necesitó establecer una nueva relación con la plataforma de Facebook, haciendo una reformulación en su uso, creando una nueva estructura espacial con la cual difundir el mensaje.

Siguiendo con la definición de ideología propuesta por Van Dijk (2000) tenemos lo siguiente en el caso de la imagen:

Expresa/Enfatiza información positiva sobre libros, el movimiento #Yosoy132, sobre la libertad, y suprime información sobre ¿Qué clase de libros son buenos leer?, sobre lo peligroso de los movimientos, violencia, etcétera. Lo que también revela la imagen es una violencia estructural, entendida como la insatisfacción de las necesidades humanas sobre la educación y el conocimiento. Esa necesidad insatisfecha el sujeto emisor la retoma y enfatiza positivamente como el único camino para poder liberar a la mente.

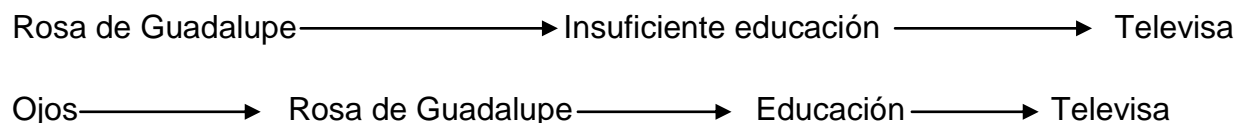
Caso 2. Imagen 23



Esta imagen nos presenta un nivel de iconicidad alto dentro de una realidad primaria documental, debido a que la construcción de esta imagen está basada en datos recogidos de un programa televisivo llamado “La Rosa de Guadalupe”. Su nivel verbo-icónico también es alto porque como sujetos espectadores nos interpela de forma directa con el eslogan, reduciendo la polisemia del mensaje. Un eslogan que se dirige a nosotros de forma directa. Esta imagen presenta también una relación de paralelismo entre el texto y su representación, porque de fondo tenemos la figura de una mujer que tiene sus manos sobre la cabeza, aunque apenas se distingue su expresión, siendo que lo único

que resalta son las figuras de los ojos encerradas por cuadrados tecnicolor, enfatizando la mirada, dando a entender que el slogan está en relación con los ojos, que es por donde se mira, pero no cualquier cosa, sino específicamente el programa La Rosa de Guadalupe. Ideológicamente se nos muestra otro prototipo social, pero

reinventado, es decir se toma el programa creado por Televisa, un elemento del mundo y se reprocessa en una imagen poniendo en juego todos los significantes a los que pueda remitir el programa, ejerciendo una influencia en términos simbólicos. Lo que proyecta es una relación de conceptos, por ejemplo:

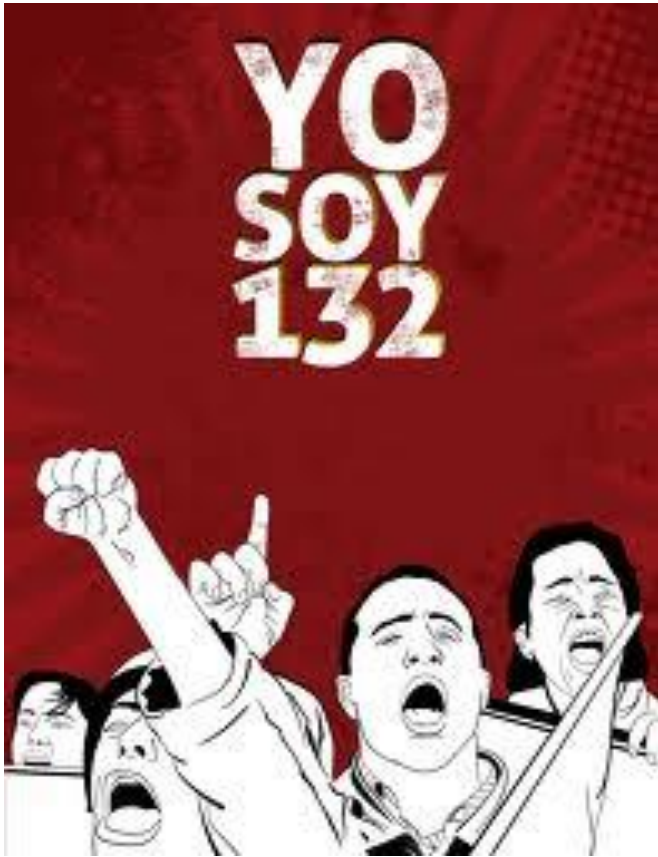


El texto en la imagen (eslogan) es la parte más elaborada y el fondo en blanco y negro con el rostro de la mujer sólo le sirve de apoyo, haciendo que las palabras tengan un poder de persuasión y de convocatoria, dando espacio otra vez para reconfigurar una relación con Facebook, donde simbólicamente es una red social, se convierte en una institución con suficiente capacidad para la difusión ideológica de la imagen, creando un discurso coyuntural. Siguiendo el ejemplo de Van Dijk (2000), se enfatiza la información negativa sobre ellos ¿Quiénes ellos? Televisa. Se suprime información positiva sobre algo, por ejemplo, la identificación cultural de los personajes del programa con la gente.

Al decir que el complemento de la imagen es el fondo blanco y negro con el rostro de la mujer, me refiero a que la tipografía del texto es la imagen en sí. La tipografía usada está resaltada con negritas y de acuerdo con Leonel Sagahón (2006) las negritas sin importar mucho la familia a la que pertenezca o la fuente, se utilizan dentro de un texto para destacar un encabezado o título, las letras en negritas son las que tienen mayor utilidad en el ámbito de la publicidad. En mi imagen se observa la tipografía Adobe Gothic Std B, pero en black, otorgándole al slogan un status de principal, o sea, resaltando la materialidad de la idea.

A nivel denotativo la imagen nos revela una asociación infinitiva, ya que está mostrando al referente aislado, esto significa que la idea del programa La Rosa de Guadalupe era algo abstracto que se decidió resolver con un slogan. A nivel connotativo se nos muestra la imagen en el nivel adscriptivo, lo que significa que los elementos no están vinculados objetivamente al referente central que es el rostro que aparece de fondo. La imagen busca llamar nuestra atención en forma de pregón, o sea, la imagen nos grita que no creamos en los mensajes del programa. A nivel ideológico

nos presenta un estereotipo familiar y social, nuevamente reconfigurando una idea, para hacerla una idea política.



Caso 3. Imagen 6.

Nuevamente, y de acuerdo a la clasificación de la tabla, se puede ver el logotipo del movimiento ocupando un lugar central en el mensaje; aquí ya comienza a notarse más la diferencia de cómo se presenta la marca #Yosoy132.

Es una imagen de contrastes, se observan únicamente los colores rojo, negro y blanco jugando entre sí. Se aprecian los iconos que nos indican que en la parte inferior de la imagen hay personas, pero debido a la relación del movimiento con los jóvenes, se podrá interpretar que son jóvenes participando

y gritando. Esta imagen aparece tres veces en la tabla de asociaciones. Nos vuelve a presentar una realidad histórica, pues la imagen está retomada de acontecimientos históricos, ya sea el movimiento #Yosoy132 o cualquier otro movimiento. A nivel denotativo nos sugiere una interpretación instructiva, esto significa que los elementos son capaces de provocar una motivación objetiva con el destinatario. A nivel connotativo se interpreta la imagen con la asociación, eso significa que en la imagen podemos observar como el logotipo del movimiento #Yosoy132 (que no es el oficial) está relacionado con el referente de las personas, y de inmediato asociamos jóvenes con el movimiento. La imagen está interpelándonos de forma indirecta mediante el artificio entre la relación mutua del logo y las personas, poniendo en juego una serie de significados que se pueden poner a girar. No hay más texto que el eslogan de la marca y debido a la relación que presenta con el resto de los iconos, se puede afirmar que existe una coherencia verbo-icónica correcta, reduciendo la polisemia del mensaje. El estereotipo al que alude es al social, pero también al nacional, al contener ya varios

estereotipos que tienen su propio significado, vemos de nuevo cómo se fue construyendo la relación entre la producción del movimiento con la plataforma de Facebook, pues con significados reconfigurados se reconfigura el uso de la red social.

Ideológicamente vuelvo a la definición utilizada en este trabajo, que es la de Van Dijk. La imagen está enfatizando que es positivo marchar, y desenfatisa el hecho de que una manifestación también puede ser violenta. En conclusión ésta imagen ideológicamente nos vende la idea de que las marchas del movimiento #Yosoy132 son algo positivo, reiterando una posición también política.



Caso 4. Imagen 31.

Esta imagen está representada por iconos; podemos observarlos desde el personaje onomatopéyico que está parado sobre el mapa con rostro de televisor, hasta el icono del mapa ensangrentado. ¿Por qué es icónica la imagen? Porque el territorio mexicano es algo abstracto, no sabemos incluso si esa es su forma real y tamaño, pero representa algo, al igual que el personaje sobre él, no sabemos si es EPN, pero lo representa.

Hay una televisión y debajo giran los elementos: el mapa, el eslogan, incluso el mismo personaje y su copete, por el entorno y el texto sabemos que es una crítica al candidato priista, aunque no lo mencione directamente, aunque ni siquiera aparezca su rostro. La imagen nos presenta una realidad histórica, pues nos encontramos ante iconos que documentan un

cierto contexto; documentación que corre a cargo del emisor, recreando una realidad. A nivel denotativo nos presenta al referente en un contexto familiar, es decir, lleva puesto un traje, una televisión de rostro, el mapa simboliza una alfombra, y el texto remata diciendo “la alfombra roja ya está preparada”, pero ¿para qué?, podríamos

preguntarnos ingenuamente, pues con todos los elementos en la imagen es obvio que el sentido representa una toma de protesta presidencial. La codificación connotativa está en un nivel asociativo, pues configura los distintos referentes para llevar al destinatario a una sola interpretación. Esa interpretación es la toma de protesta de Enrique Peña Nieto como presidente con un país en desastre, también la imagen nos está interpelando con una sobre-significación de los referentes, es decir se recalca la parte del mensaje que nos dice “el país es un desastre, y en medio de ese desastre habrá una toma de protesta”, con el color rojo, que representa al país.

Existe también una congruencia verbo-icónica; o sea, el texto tiene una relación congruente con los referentes principales, siendo aún más redundante su interpretación. Destaco que la imagen me parece emotiva porque contiene un elemento dramático, que es un mapa ensangrentado, creando nuevos estereotipos sociales.

Ideológicamente es un discurso coyuntural porque enfatiza información negativa sobre ellos ¿Quiénes ellos? La televisión, la figura presidencial, el país. Pero a la vez desenfatiza lo positivo sobre las virtudes que México pueda tener. Su relación con Facebook es porque afirmar la catástrofe del país es una práctica social constante, e ideológicamente esa práctica socio-cultural-histórica suele subsistir y crear nuevos espacios para su existencia y circulación, reproduciendo otro tipo de poder, antagónico al Estado. El estereotipo al que nos remite es el nacional.

En este caso la tipografía no está considerada sólo como texto, sino también como parte de la imagen, el texto fue elaborado con dos tipos distintos de tipografías, las primeras tres palabras presentan remates y un trazo terminal mixtiforme (Sagahón, 2006), pertenecen a la familia de las letras *Romanas* en **black**.



Caso 5. Imagen 11.

La imagen once presenta el logotipo del movimiento #Yosoy132 tal y como se conoció en las calles y en los medios de comunicación. El cartel es una invitación para asistir a la marcha que partiría de la Estela de Luz. Otro de los elementos que contiene son los contrastes entre verde claro, gris y negro.

Aunque la imagen parece sencilla en su elaboración, y no se haya implicado un gran trabajo de diseño se presenta una construcción iconográfica. Por ejemplo, tenemos

una “Estela de Luz” señalada con una flecha. Hay un círculo y una flecha, se puede leer “punto de partida”. También el encargado de hacer la imagen creó algo parecido a un árbol, un camino, la mano y lo que sería un libro.

Aunque la interpretación ligada al contexto nos revele que es un libro, tenemos un mensaje elaborado con iconos y distintas formas; no existe un icono que nos diga que es un libro, ya que el código que envía a nuestro cerebro no empata a lo que creemos que es un libro. En el caso de la imagen, eso podría ser un cuaderno, un bolso, papel, etcétera. El icono es cercano a aquello evidente que imaginamos, representa una interpretación general de algo real en el mundo. En el caso de las cosas que ya nombramos como un libro, el *representamen* es vasto y entonces existen varios registros cerebrales que nos revelan lo que debe ser.

La utilización de iconos es un ahorro que evita saturación en el lenguaje escrito, pero la imagen presenta ambos. Aquí se nos presenta una imagen en realidad primaria noticiosa; es decir, los iconos dan correspondencia de monumentos que reconstruyen determinado contexto. A nivel denotativo se nos muestra la imagen en un nivel informativo pues el referente textual e icónico mantienen distintas relaciones entre sí. El nivel connotativo está asociado con lo informativo, pues en la imagen hay mucho texto para que no se nos escape lo que debemos entender y qué no, la modalidad en la que se quiere llamar la atención de los interpretantes es la directa, a través de la designación, esto quiere decir que a la exhibición de la imagen se le han agregado indicadores o flechas señalando el lugar o qué es cada cosa.

A nivel ideológico el estereotipo al que nos remite es social y nacional, porque nos invita a protestar pacíficamente frente a un monumento institucional y ¿Contra quién se protesta?, en definitiva contra el Estado. También esa imagen nos revela un discurso en donde se enfatiza información positiva sobre la marcha, se pide no cometer actos de vandalismo, se pide llevar libros y hacer de la protesta algo pacífico y artístico, desenfatiendo que toda protesta es sinónimo de violencia.

Bajo el discurso de paz esta imagen se coloca en la plataforma de Facebook generalizando un sentir en torno a nuevas manifestaciones sociales, construyendo la idea que a través del arte es posible indignarse y enviar un mensaje, ocasionando un impacto en la psique individual y ejerciendo un impacto en el capital simbólico, permitiendo que la idea circule mediante una intertextualidad, llegando así a un nivel de convocatoria amplio.

6.1.5 Elementos retóricos

En la siguiente tabla se representan las figuras retóricas, definiciones tomadas de Mariana López (1998). Cada imagen se encuentra enumerada y se repite de acuerdo a las figuras retóricas observadas en los cuadros de análisis. Se hace una suma total de las imágenes para saber cuál fue más utilizada en la construcción de los mensajes.

Tabla 4.Sobre figuras retóricas

Figuras retóricas/Adjunción	Repetición	Aliteración	Anáfora	Reduplicación	Paralelismo	Paréntesis
	4	1	8	5	16	11
	20	4	11	24		13
	28	8	19			16
	32	9	24			22
	34	12	34			27
	40	13	36			30
		18	40			
		24				
		33				
		36				
		37				
		40				
Total:	6	12	7	2	1	6
Anadiplosos y Epanadiplosis no registraron imagen.						

Similitud	Gradación	Paranomaxia	Sinonimia
	26	23	24
Acumulación	Acumulación	Paradoja	
	3	18	
	27		
	36		
Figuras de supresión	La elipsis	Zeugma	
	6	23	
	12	39	
	38		

	Hipérbole	Metonimia	Metáfora	Alegoría	Personificación /Prosopopeya	Ironía
	3	2	2	32	3	10
	6	14	4		7	22
	12	26	7		10	
Figuras de sustitución	17	31	15		14	
	19		16		25	
	20		17		29	
	27		21		30	
	38		37		33	
					31	
					35	
Total	8	4	8	1	10	2

La figura sinécdocte no tuvo registro de imágenes.

	Anacoluto	Préstamo	Hipérbaton
	26	2	7
		6	9
		8	11
		9	35
		10	
		15	
		16	
Figuras de intercambio		18	
		19	
		20	
		21	
		22	
		24	
		25	
		28	
		29	
		30	
		35	
		38	
		39	
Total	1	20	4

La figura de inversión no registro figura.

Tabla 5. Resumen de las tablas sobre figuras retóricas

Figura retórica	Total
Figuras de adjunción/Aliteración.	12
Figuras de intercambio/Préstamo	20
Figuras de sustitución/Personificación o prosopopeya	10
Figuras de sustitución/Hipérbole	8
Figuras de sustitución/Metáfora	8
Figura de adjunción/Anáfora	7
Figura de adjunción/Repetición	6
Figura de adjunción/Paréntesis	6
Figuras de intercambio/Anacoluto	1
Figuras de intercambio/Hipérbaton	4
Figuras de sustitución/Metonimia	4
Figuras de acumulación/Acumulación	3
Figura de supresión/La elipsis	3
Figura de adjunción/Reduplicación	2
Figura de supresión/Zeugma	2
Figura de sustitución/Ironía	2
Figura de adjunción/Paralelismo	1
Figuras de similitud/Paranomaxia	1
Figuras de similitud/Sinonimia	1
Figuras de similitud/Gradación	1
Figuras de acumulación/Paradoja	1
Figura de sustitución/Alegoría	1
Figura de adjunción/Anadiplosis	0
Figura de adjunción/Epanadiplosis	0
Figura de sustitución/Sinécdoque	0
Figuras de intercambio/Inversión	0

6.1.6 Mapa de definiciones

Mi mapa de definiciones consistirá en colocar la figura retórica y un ejemplo de ella con la imagen. Más adelante detallaré las coincidencias y las mezclas entre cada imagen y cada figura retóricas.

El préstamo fue la figura retórica que más coincidencias registró; es una figura que utiliza códigos ya conocidos (artísticos, publicitarios o de otro lenguaje) para la elaboración de su mensaje. Junto con ella, la aliteración fue la segunda figura retórica más encontrada en las imágenes; consiste en relacionar entre sí las imágenes, los elementos conceptuales y visuales con identidad similar.

La tercera figura más utilizada ha sido la personificación o prosopopeya, que consiste en dar vida humana a objetos no humanos. A continuación coloco un ejemplo de cada una de las tres principales figuras:

El préstamo es una de las figuras más utilizadas debido a que utiliza códigos ya conocidos, como en la imagen 25, donde sabemos que son el águila y la serpiente, los símbolos patrios sosteniendo un letrero en el que se lee “No estaba dormido, sólo apendejado. México de mis amores”.





La aliteración fue la segunda figura retórica más utilizada para la construcción de la gráfica del movimiento. El ejemplo es la imagen 36, donde se relacionan los elementos conceptuales con identidad similar. Al ser una producción que debía ser directa e intencional en su mensaje, el acomodo de elementos es un recurso utilizado para que se entienda el mensaje a transmitir.

La tercera figura retórica más utilizada fue la personificación o prosopopeya, que consiste en dar vida a objetos inanimados. En la imagen tres podemos observar a una televisión arrojando basura, con ojos, boca, brazos y hasta dientes. Es una televisión personificada como un monstruo y tiene vida, una que existe en la realidad ficción de la imagen.



El gran contenido de la TV en México



Siguen la hipérbole y metáfora, ambas empatadas con 8 registros de imágenes. La hipérbole es la exageración del término, y en la metáfora se sustituye el término propio por otro, cuyo significado se encuentra en una relación de analogía con el significado sustituido. En el siguiente mapa pongo los ejemplos que ya contienen dos figuras retóricas, en una imagen.

La ilustración 7 ejemplifica la figura retórica de metáfora ya que existe relación de analogía entre los elementos que la configuran: el ojo, la estaca con punta de televisión y finalmente los pies. Aclaro ninguna imagen estuvo exenta de presentar más de una figura retórica, como explicaré en el siguiente caso.

En la imagen 17 se presenta el caso de que una misma imagen comparte varias figuras retóricas, por ejemplo en este caso se observa el hipérbaton y la metáfora. Hipérbaton porque altera el orden de los elementos y metáfora porque aunque se altera la relación entre los referentes hay una relación de analogía entre la mano que rompe el cascaron, el logo de televisa representado como algo frágil y la marca del movimiento.



Las figuras retóricas de paréntesis y repetición comparten el mismo número de imágenes registradas. La primera consiste en la inserción de un elemento que no tiene conexión –por forma o contenido– con el discurso en general; la segunda se da cuando un elemento se repite, puede ser palabra, grupos de palabras o imágenes.



La imagen 4 presenta repetición porque los iconos que se presentan en forma de caricaturas se repiten en su técnica, es decir, nos evocan una diversidad de voces que se agrupan en coloridas figuras.

La figura 13 presentó la figura retórica de paréntesis porque agrega al contenido un celular, elemento intertextual que si se quitara de la imagen no alteraría el orden configurativo de esta.





Las imágenes 33 ejemplifican la figura retórica de anacoluto, que es la realización de una imagen imposible. Se observa, por ejemplo, que una mano sostiene un control remoto y aprieta un botón, al fondo se abre un hueco y de él salen iconos de arroba y gato. Para evitar la interpretación viene acompañado de un eslogan (congruencia verbo-icónico) que evita la polisemia del mensaje. “Los medios han cambiado, el control es nuestro”, seguido de la marca del movimiento #YoSoy132.

Las figuras que le siguen son el hipérbaton y la metonimia. La primera consiste en colocar una figura que altere el orden gramatical de los elementos del discurso; la segunda consiste en la sustitución de un término propio, por otro que se encuentre en una relación física (temporal, espacial y funcional).



En el caso de la imagen 2, el hipérbaton se presenta en el logotipo de Quetzalcóatl y en el punto final de la marca #Yosoy132 que es una calavera, se toma en cuenta la tipografía de la marca, ya que es una imagen por sí misma.

La imagen once presenta la metonimia porque se colocaron varias referencias icónicas que tienen relación temporal con lo que conocemos y vivimos.



Las siguientes figuras son la acumulación y la elipsis. La primera consiste en que al mensaje se le añaden elementos diferentes, remitiendo así a dos significados, que pueden ser de cantidad y de desorden. Los elementos opuestos se anulan. La elipsis es la supresión de ciertos elementos en la imagen, de esa forma se pretende dejar el elemento esencial del producto.



La acumulación viene a partir de que la imagen está elaborada sobre primeras planas del periódico La Jornada, y la imagen principal nos remite a una televisión con la imagen de Enrique Peña sobrepuesta, en la que se puede leer “enemigo público”. Debido a las características que conforman a la imagen de saturación y desorden, el mensaje principal de “enemigo público” se anula ante el segundo texto inmediato que es “marcha, infórmate”. Se observa en la imagen 27 que todos los elementos: la tipografía, el fondo, los colores, los logotipos son diferentes entre sí.

En la imagen 38 se suprimen líneas territoriales, mares, colores y se resalta el color negro y rojo con el mensaje “Urge sangre tipo Zapata”, no hay nada más, sólo lo que el emisor quiere que veamos. La supresión resalta los elementos del mensaje.

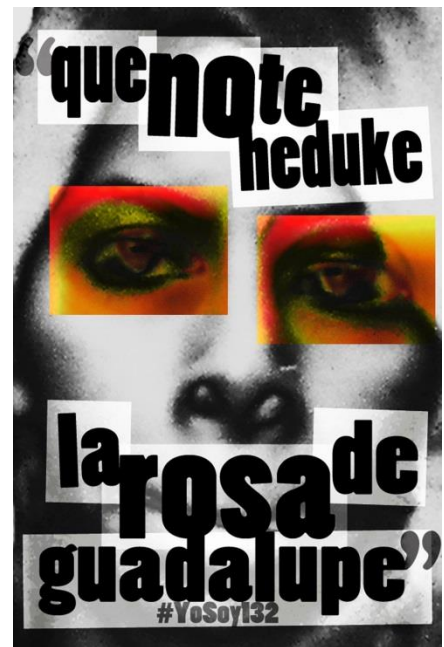


Las siguientes figuras retóricas son la reduplicación, zeugma y la ironía. La primera figura consiste en la repetición de una expresión o elemento. El zeugma deja una sola vez clara y sobreentendidas las demás veces la aparición de una expresión, una imagen o un elemento. Por último, la ironía consiste en proponer una idea para que se entienda la contraria, produciendo un efecto hilarante. Las tres figuras retóricas comparten el mismo registro de asociación en el que aparecen en los cuadros de figuras retóricas.



Reduplicación. La imagen 5 a la izquierda.

Zeugma. La imagen 23 a la derecha. Construida en su mayor parte por texto.



Ironía. Conociendo el significado de Batman y Robín y lo que representan, aquí, en la imagen 22 (izquierda) es un juego de re-significación, un diálogo inesperado que altera el propio conocimiento de los personajes y sus historias.

Las siguientes figuras retóricas comparten un solo registro de imágenes.

- Paralelismo: Consiste en la construcción de secuencias que establecen una relación de similitud.
- Gradación: Es la repetición de elementos cuya intensidad va en aumento o disminución.
- Paronomaxia: Consiste en una leve modificación de la palabra repetida. Es el juego de palabras, de imágenes; es el enredo.
- Sinonimia: Consiste en poner un elemento de forma distinta, pero con un mismo significado.
- Paradoja: Figura que altera la lógica de la expresión, pues aproxima a dos ideas en apariencias irreconciliables.
- Alegoría: Es una metáfora continuada. En la alegoría se establece una correspondencia entre los elementos imaginarios a partir de comparaciones o metáforas.

Todas esas figuras retóricas compartieron el mismo registro de imágenes en las que aparecieron.



Img.18
Paradoja

Img.32 Alegoría

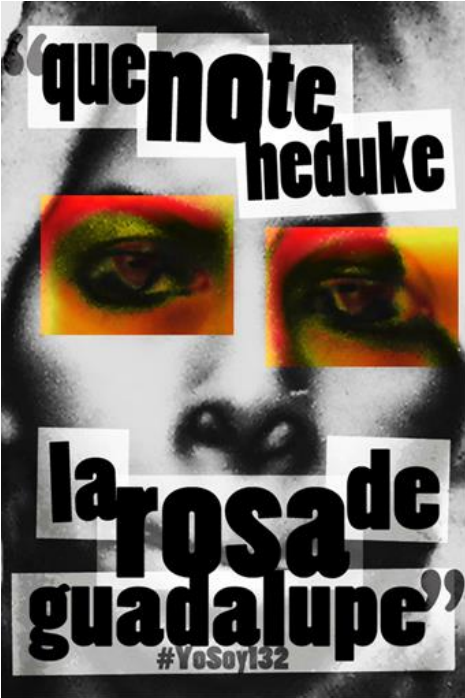


Img.24 Sinonimia



Img.26 Gradación

Img. 23 Paranomaxia



Img.16 Paralelismo



6.1.7 Sobre los sujetos emisores

En la construcción de las imágenes hay elementos que apuntan al sujeto, y aunque la elaboración de esta tesis no se encarga de la parte emisora o receptora las imágenes revelan rasgos de las autorías. Aquí algunas características.

En algunas imágenes se presentan errores en el orden de los elementos visuales, ejemplo:

	
<p>Se encima sobre la televisión el eslogan que se debe resaltar, en un intento por hacer énfasis en el mensaje.</p>	<p>Se observa una saturación de los elementos visuales. Hay demasiados submensajes juntos en un reducido espacio.</p>

Muchas de las imágenes tomadas para la muestra son panfletarias, es decir, anteponen el mensaje del cartel a la producción estética. Lo anterior revela que los sujetos emisores eran personas comprometidas con el movimiento, pero no profesionales de la creación en su mensaje.

Los errores más comunes son en figuras, texturas, colores y formas. Eso nos dice que cualquier sujeto puede elaborar una imagen y difundirla por internet, sin importar mucho lo estético o entendible que pueda ser el mensaje.

6.2 Otros elementos que deben tomarse en cuenta:

En este trabajo, al hablar de contrastes debo aclarar qué entiendo por ellos y cuál es el criterio que utilicé. Por ejemplo, blanco y negro se tomó como una construcción de la propia imagen; es decir, la imagen desde su inicio fue pensada en blanco y negro. El término “contrastos” fue utilizado para dos colores que no son blanco y negro, por ejemplo, gris y rosa, o hablar de ello implicó que hay más de tres colores y que todos entran en juego al momento de la configuración total de la imagen. A continuación presento las imágenes con contrastes:

					
<p>Amarillo, azul y blanco.</p>	<p>Rojo, blanco y negro.</p>	<p>Gris, blanco. Rojo y negro.</p>	<p>Rojo, crema, azul metálico, negro.</p>	<p>Blanco, rojo, negro.</p>	<p>Gris, verde, negro.</p>
					
<p>Azul, blanco y negro.</p>	<p>Blanco, azul, negro.</p>	<p>Rojo, negro, crema.</p>	<p>Azul, blanco y rojo.</p>	<p>Negro, blanco, naranja.</p>	<p>Negro, café y rojo.</p>

Azul y crema.	Negro, blanco y rojo.	Rosa, negro y blanco	Negro, rojo y blanco.	Amarillo, blanco y negro.	

6.2.1 Imágenes en blanco y negro



Otra de las características de las imágenes es la forma. Parte de este trabajo partió de la hipótesis de que los carteles habían sido mucho más reveladores en cuanto a forma y contenido. En forma se presentan los siguientes puntos.

6.2.2 Imágenes caricaturizadas

Son un estilo fresco y atrevido, se encuentra muy presente en la gráfica de este movimiento, razón por la cual se pierde la solemnidad y pesadez del mensaje político para convertirse en algo colorido, irónico y crítico. Me parece que en la parte de las imágenes caricaturizadas vemos un discurso coyuntural; es decir, se crearon estas imágenes a partir de estilos discursivos que también revelan a una generación de gente joven que reformula el discurso político.



6.2.3 Imágenes icónicas

Otra de las características de las imágenes fueron los iconos, es decir, hacen referencia a algo y esa referencia suele ser algo latente en el contexto que rodea a la imagen. Las imágenes construidas a partir de iconos deben presentar un nivel de idoneidad; por ejemplo, si se suprime un elemento de alguna de estas imágenes se altera la posible interpretación.



Con las cuarenta imágenes registradas se obtuvieron los primeros hallazgos con respecto al objeto de estudio:

Tema	Imagen											Total
Sobre TV	1	3	7	17	20	26	28	29	31	39		10
Con EPN	14	16	21	22	24	27	30	31				8
Redes Sociales	14	15	18	19								4
Libros	10	11	33	35								4
Inv a mitin	11	27	28	32	39	9						6
Nuevas tecnologías	13											1
												29

Tabla 5. Sobre las temáticas de las imágenes

En la tabla se puede observar que los mensajes sobre la televisión fueron los más destacados de esta muestra, y se puede afirmar que la demanda para la democratización en los medios fue el discurso predominante de mi muestra. Discurso que visibilizaron a través de Facebook. Con ello respondo a uno de mis supuestos de partida sobre la plataforma y afirmo que pese a ser una herramienta novedosa y poco explorada, fue indispensable para dar a conocer la petición de democratizar los medios de comunicación, sobre todo la televisión.

A continuación enlisto las características de esa plataforma que hicieron posible la difusión de esas demandas:

- Regalos
- Lista de amigos.
- Grupos y páginas.
- Botón me gusta.
- Aplicaciones
- Juegos
- Muro, que posteriormente se cambió a biografía.
- Servicio de chat.

Facebook es un territorio limitado por sus características virtuales, ya que éstas no sustituyen la interacción persona a persona. Para Manuel Castells (2009) FB es un nuevo campo de acción donde se ejerce y configura el poder; por ese motivo el mensaje insertado dentro de esa plataforma debía contener elementos ideológicos remarcados. El potencial de la plataforma radica en la conectividad con gente de tu pasado o gente presente, a través de motores de búsqueda. Existen también otras características que fueron aprovechadas por el movimiento: botón me gusta, muro y grupos.

El motor de búsqueda y la función de grupos y páginas de Facebook se relacionan con a un estudio de Carlos Lozares (1996), en el cual describe las funciones de una red social antes de esa plataforma. El autor señala cuatro características, de las cuales rescato dos:

1. Los lazos relacionales entre los actores, vehiculan transferencias de recursos, tanto materiales, como no materiales.
2. Los modelos de redes identifican la estructura social, económica, política, etcétera. Como pautas constantes de relaciones entre actores.

Poner en común los mensajes dentro de Facebook implicó una total intencionalidad, ya que están muy cargados de significados; pero también existió una conectividad debido a las transferencias de recursos emocionales, sociales, económicos y políticos que implica estar en Facebook. De ese modo la comunicación se volvió infalible y los lazos entre los actores se reforzaron. Creo que hasta esta parte puedo concluir que Facebook sí fue una plataforma que posicionó los mensajes y legitimó una forma de activismo.

Hasta aquí sabemos que uno de los supuestos de partida se ha cumplido, es decir: Facebook sí fue un campo de acción para el movimiento #Yosoy132, pero observamos que los temas más destacados en las imágenes fueron sobre la televisión, los que hacen referencia a Enrique Peña y las invitaciones a mítines.

Siguiendo nuestra tabla de contenidos respecto a los temas, y los cuadros de análisis (se pueden consultar en los anexos), tenemos los siguientes resultados:



Invitación a mítines

Lingüísticamente: Mayo 23, Estela de Luz, Reforma D.F, 18 horas, México. Más de 131. Protesta con libro en mano para intercambio. Protesta con material para expresarte. Universitarios de México.

Denotativamente: Jóvenes universitarios firmes en su protesta creativa.

Connotativamente: Por el gesto de seriedad de los iconos, por los contrastes de colores, el eje vertical de la imagen y los esloganes en perspectiva, nos sugiere que esta imagen nos invita a una guerra, en lugar de a una manifestación pacífica, como sugiere el texto.

Imagen. 9

Sobre Enrique Peña Nieto



Imagen 24

Lingüísticamente:
SORIANA

Denotativamente: El apoyo de la organización Soriana en la campaña de Enrique Peña Nieto para obtener la presidencia.

Connotativamente: Sugiere que la tienda Soriana no sólo ayudó a comprar los votos del candidato, sino a construir la imagen su imagen.

Lo más destacado de la muestra tomada para este trabajo fue el discurso sobre la televisión, pero no fue algo arbitrario, fue interpretado por códigos culturales que entendían a la televisión y a sus contenidos como un peligro social.

Roland Barthes (1995) decía que al analizar una obra publicitaria que ofertaba un perfume, no era el perfume lo que atraía al comprador, sino los códigos culturales inmersos en la oferta del perfume. Con ese ejemplo se puede entender que la idea de televisión no es lo desagradable, sino el funcionamiento de la televisión y los distintos roles que juega en la vida simbólica. Si ese principio lo trasladamos a las imágenes referidas tenemos que los mensajes sobre la televisión predominaron porque su construcción refiere a una serie de significados que repudian la función que ha adquirido la televisión en la sociedad mexicana. A eso también se le debe sumar la intencionalidad del mensaje, ya que la audiencia de las redes sociales debió hacer un proceso cognitivo para elegir la información y aceptar o descartar el mensaje. Volvamos a las imágenes y hablemos un poco de su construcción retórica.

Imagen 1 Sobre la televisión



Connotativamente: La televisión daña el intelecto y la capacidad de pensar. Esa capacidad de asociación se debe porque la imagen adjunta los referentes a otros, relacionándonos entre sí y haciendo que la imagen sea idónea. Evitando la interpretación que no es.

Las figuras retóricas coinciden con el nivel connotativo porque es la Aliteración, relacionando los elementos visuales con identidad similar.

Colores: Azul claro, amarillo y blanco.

Partimos de que las imágenes cumplieron con su intencionalidad. Raymond Colle (1998) enlista cinco tipos de imagen, pero sólo retomo los conceptos que permitieron colocar a las que presentaban una televisión como mensaje principal de mi muestra:

1. **Imagen inmediata.** Es la que se produce en el momento mismo de la percepción, constituyéndose a medida que se reciben los impulsos nerviosos en el córtex. Puede ser consciente o inconsciente. (un número en la calle, una lectura en una barda, etc.)
2. **Imagen reactivada.** Imagen pasiva traída a la conciencia por la influencia de impulsos nerviosos que la sacan del archivo. (las imágenes vuelven o hacen referencia a algo ya conocido).

La imagen inmediata puede traducirse como algo nuevo que no hemos visto nunca y que poco a poco se constituye en nuestra mente a medida que lo observamos y entendemos. Las primeras cuatro imágenes son inmediatas porque el emisor compartía un mismo significado respecto a lo que se quería plasmar y aunque no había visto antes las imágenes creadas, si sabía que quería decirle cada uno de estos cuatro carteles a través de Facebook.



Las imágenes reactivadas son aquellas de las que tenemos referentes más concretos para interpretarlas, las hemos visto pero con otras formas, hemos escuchado hablar de ellas y sabemos lo que nos quieren decir, ante una imagen reactivada el interpretante sólo puede decir sí o no.



El gran contenido de la TV en México





Colle (1998) acepta que los mensajes visuales tienen muchos significados (polisemia), pero al tratarse de mensajes políticos su significado se vuelve monósemico con variables controladas que enfocan la intencionalidad. El discurso del movimiento #Yosoy132 fue sobre la televisión, como tema principal, en la modalidad reactivada, lo que nos reafirma que la reflexión sobre la televisión y sus funciones gira en torno a significados negativos, pero que no son nuevos. El deterioro que se tiene entre la relación jóvenes-televisión fue lo que predominó en esta producción.

Otro aspecto es el referente al tema de las imágenes en donde se hace mención a Enrique Peña; ese tema ocupa ocho importantes representaciones en la gráfica del movimiento. A continuación ejemplifico las más significativas.



Imagen 22

Lingüísticamente: Sí he leído...pero no me acuerdo...

¡No digas pendejadas!

Denotativamente: Qué es una tontería afirmar que se ha leído un libro, para después contradecirse con un rotundo "no me acuerdo"

Connotativamente: Una corrección, una consecuencia violenta ante una tontería de Robin, que por supuesto remite al error de EPN en la FIL de Guadalajara.



Imagen 22

Connotativamente: Una corrección, una consecuencia violenta ante una tontería de Robin, que por supuesto remite al error de EPN en la FIL de Guadalajara.

Fig. retórica: paréntesis, préstamo e ironía.

Colores: Naranja, Amarillo, Gris, Negro y Verde.

Imagen conceptualizada.

En el caso de la imagen 22 se agrega ya otro elemento a considerar para las imágenes que hablan sobre Peña Nieto o se refieren a él; ese elemento es el de la violencia. Las imágenes que circularon fueron tan políticas, que como estrategia se dio una violencia estructural, entendiendo por violencia estructural los desajustes de las necesidades humanas y las contradicciones de los sistemas políticos, económicos y sociales. De acuerdo con Portilla y Mora (2013:147) citando a Galtung, “la violencia es un desajuste entre la realización potencial y la realización efectiva de las necesidades humanas”.

Para las autoras existe la violencia estructural y la violencia cultural; la diferencia entre ambas es que la primera es más evidente que la segunda, ya que la cultural va legitimando paulatinamente las formas de la violencia. A partir de ahí podemos entender que la violencia hacia Enrique Peña reflejada en las imágenes responde a una profunda insatisfacción-negación de las potencialidades y deseos de un país.



Imagen 14. Violencia cultural

Imagen 16. Violencia cultural



Imagen 31. Violencia cultural



Imagen 21. Violencia cultural



Imagen 30. Violencia cultural

No hay una sola imagen en esta muestra que indique una postura a favor de Peña Nieto. En algunos casos la violencia se suaviza o no se hace explícita. El recorrido de la gráfica del movimiento #Yosoy132 muestra un descontento contra el candidato priista. A partir de ahí, se comenzaron a ver en redes críticas sobre distintos temas. En este caso la violencia cultural hacia EPN refleja la violencia estructural del país; y que los autores reflejaban en sus sátiras, ridiculizaciones y burlas

Siguiendo con los elementos de la tabla referente a temas, el tercer elemento temático más visible de la gráfica fueron las invitaciones a mítines, registrando 6 apariciones.



La imagen 11 denota y connota una invitación a una marcha cultural y pacífica.



En la imagen 27 puede que Enrique Peña se encuentre en el centro del mensaje, pero su denotación y connotación siguen siendo la invitación a una marcha.



En la imagen 28 los niveles denotativo y connotativo se refieren de igual modo a la invitación a una marcha, pero esta vez por la democratización de los medios.

En la imagen 32 a nivel denotativo nos invita a un concierto el sábado 16 de junio de 2012 a las 4:00 p.m., donde la artista principal fue Julieta Venegas. Connotativamente nos revela: solidaridad, alegría, fiesta, unión y asistencia al concierto, donde a diferencia de las otras imágenes la variable es la música.

CONCIERTO #YoSoy132
MÉXICO AHORA O NUNCA

SÁBADO | 16 JUNIO

04:00PM

Dirigente Estudiantil
Camila Vallejo

JULIETA VENEGAS

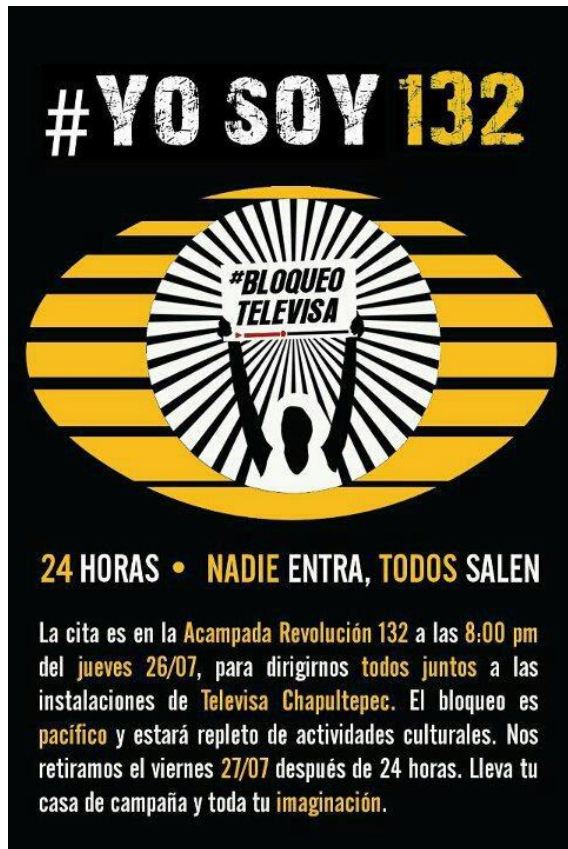
SONIDERO MESTIZO / REAL DE CATORCE / SAN PASCUALITO REY /
TEX TEX / TORREBLANCA / SIMPLE FIRES /
DESCARTES A KANT / VICENTE GAYO / L IRAN ROLL

www.musicosonyosoy132.com
www.yosoy132.mx

Pase de entrada: llevar #YoSoy132 (Piel, Ropa, Papel, etc)

Transmisión satelital y vía : www.pulsociudadano.com // www.mexicoahoraounca.org

MEXICO
tv
#ZUCO CIUDADANO



La imagen 39 nos refiere denotativamente a que asistamos a un bloqueo de la empresa Televisa del 26 al 27 de julio. Se invita a actividades culturales. El nivel connotativo nos refiere a una actividad cultural, porque un bloqueo no se lleva a cabo con libros e imaginación, requisitos indispensables para asistir.

Por último tenemos a la imagen 9 que en este caso denotativamente es una invitación a la marcha. Imagen que no se entiende sin el contexto, pues no tiene fecha, sólo la hora. A nivel connotativo, insisto en que por el trazo de los iconos esta imagen parece invitarnos a una guerra.



Siguiendo los criterios de Roland Barthes (1995), tenemos que tanto la denotación como la connotación en estos seis casos coinciden, es decir, la intencionalidad de la imagen, pese a sus figuras retóricas, es invitarnos a marchar. Este grupo de seis también se distribuyeron en Facebook, lo que implica una transferencia de referentes culturales. Así, la intencionalidad definió un tipo de discurso que, de acuerdo a Julieta Haidar (2000), presentó condiciones de producción, por la intencionalidad antes mencionada; condiciones de circulación, porque su mensaje se distribuyó bajo el intercambio político, económico y emocional del que habla Lozares (1998), y se clasifica como práctica social peculiar porque la organización de los conciertos, aunque no era novedad, si fue una de las primeras veces que circularon de forma tan masiva las invitaciones a asistir.

6.3.1 Análisis tipográfico

El logotipo oficial del movimiento fue el siguiente:



Su tipografía no contiene remate o patín, por lo que podrían considerarse letras de la familia San serif. El tipo de letra es geométrica ya que se encuentra formada por trazos básicos y constantes, la fuente utilizada para la marca #Yosoy132 puede ser helvética, una letra muy común en el ámbito de la publicidad.





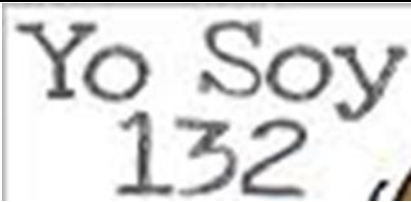
Durante la historia del movimiento la marca #Yosoy132 se diversificó, y su creación correspondió más a las necesidades del mensaje que a respetar un estilo. De la muestra tomada para este trabajo, que consta de cuarenta imágenes, treinta y uno aparecen con el logotipo del movimiento. Me gustaría hacer énfasis tanto en los esloganes como en los logotipos, pero acoto que en algunos la misma tipografía se utilizó para toda la elaboración verbo-icónica de las imágenes. Detallo a continuación cada uno de los resultados de acuerdo a los conceptos de Sagahón (2006), rescatados para este trabajo.




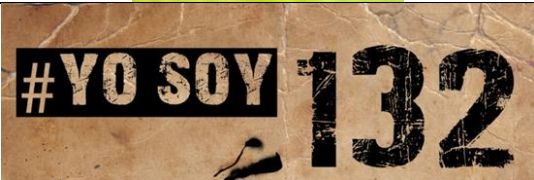

	<p>La imagen 1 tiene un total de 49 palabras, de las cuales 41 forman parte de un eslogan informativo en helvética light y bold. Hay una parte en caligráfica. Las páginas de internet que anuncia se encuentran en letra futura. Mientras que el logotipo se representa en blanco y negro con helvética en bold, tal y como lo conocimos de forma oficial.</p>
	<p>La imagen dos se encuentra construida en su totalidad por el texto. Las letras se encuentran en bold y es un tipo de letra egipcia, con terminaciones rectangulares, un tipo de letra mecánica. La que más se aproxima a describirla es la Rockwell</p>

	<p>La imagen tres contiene 11 palabras, distribuidas entre el eslogan y el logotipo. El eslogan que sólo refuerza la interpretación de la imagen es de tipografía helvética, mientras que la marca #Yosoy132 se encuentra en una tipografía de fantasía, cuya característica es ser simpática y elaborada pero pobre en legibilidad.</p>
	<p>La imagen cuatro cuenta con 5 palabras, distribuidas entre eslogan y logotipo #Yosoy132, para el análisis únicamente tomo la tipografía de la marca que claramente es de tipo geométrica cuya características son formas básicas y constantes.</p>
	<p>La imagen cinco es en su totalidad ésta construida del sentido verbo-icónico. Las letras como ya se mencionó son geométricas y corresponden a helvética en bold. La única variable es el color azul.</p>

	<p>La imagen seis también presenta letras geométricas, no contienen patines y sus trazos representan simpleza. Las letras geométricas se les ubican como “un estilo internacional”.</p>
	<p>Nuevamente en la imagen 7 se observa el logotipo del movimiento, cuya única variable es el color rojo, pues las letras siguen siendo helvéticas.</p>
	<p>La imagen ocho muestra otro tipo de tipografía que no es helvética, en ella se aprecian patines que son sólo una línea fina, lo que cataloga a estas letras dentro de las didonas, cuya característica es ir de lo delgado a lo grueso.</p>
	<p>La imagen nueve presenta unas letras geométricas en su construcción, los caracteres pueden ubicarse con el tipo de universe en bold.</p>
	<p>Aunque el logotipo de la imagen diez se parece mucho al oficial su tipografía revela otra construcción, no es helvética porque aparecen fisuras en la letra, por esa característica se cataloga a las letras como bauhaus, o sea, una letra de fantasía.</p>

	<p>Aquí en la imagen once se observa el logotipo oficial del movimiento, con letra helvética en bold y los colores blanco y negro. No fue lo predominante de la totalidad de la imagen, pero si se respetó el estilo original.</p>
	<p>En la imagen doce se observa una tipografía suave, a este tipo de letras se les llama humanas porque sus trazos pueden adelgazar o engrosar en algunos puntos, lo que da la sensación de calidez.</p>
	<p>Imagen trece, en ella se observa nuevamente el logotipo oficial en colores blanco y negro, con letra helvética en bold.</p>
	<p>La imagen catorce muestra una letra delgada y con trazos muy desiguales, lo que la cataloga dentro de las caligráficas o script cuya cualidad es pretender imitar la escritura a mano. Funciona muy bien para pequeños detalles.</p>
	<p>Las imágenes 15, 16 no contienen ningún tipo de slogan o letra, por ese motivo entro a la imagen 17 que sigue siendo el logotipo del movimiento con las características ya descritas.</p>

	<p>La imagen 18 presentó este logotipo en tipografía script, pero también estaba la F de Facebook en tahoma, pertenecen a la familia humanas y siguen dando una sensación de calidez.</p>
	<p>La imagen 19 contiene catorce palabras distribuidas entre logo y slogan. La parte del logo no contiene tipografías geométricas, por ese motivo podrían ser caligráficas o script, nuevamente pretende imitar una escritura manual.</p>
	<p>La imagen 20 muestra un logotipo del movimiento diluido, con letras sin patines y geométricas, aunque light y diluidas, lo que le da un efecto muy pobre.</p>
	<p>La imagen 21 y 22 no contienen tampoco ninguna tipografía. La imagen 23 presenta la leyenda del movimiento en horizontal, aunque no su logo oficial, y nos lo presenta en letras geométricas, dando un aspecto sólido al mensaje.</p>
	<p>La imagen 24 no presenta ninguna leyenda, sin embargo la 25 nos presenta un logotipo suave en letras egipcias pero con un toque script, dándonos un efecto atemporal.</p>

	<p>Nuevamente en la imagen 26 se observa sólo la frase del movimiento, aquí las letras son geométricas helvética y bold. El efecto que transmite es de seriedad.</p>
	<p>Se observa el logotipo en blanco y negro. Helvética. Imagen 27</p>
	<p>Se observa el logotipo en blanco y negro. Helvética. Imagen 28</p>
	<p>Se observa la leyenda del logotipo 132 en la imagen 29, pero no como lo conocemos, sino en horizontal, esa sería la única variante de este y el logo oficial. La letra sigue siendo helvética en bold.</p>
	<p>Las imágenes 30 y 31 no contienen logotipos ni leyendas. En este caso pasamos a la imagen 32. Cuenta en su totalidad con 64 palabras, cuya tipografía es tipo san serif. Son líneas geométricas que dan una sensación de solidez. Por su simpleza son muy utilizadas para encabezados.</p>

	<p>La imagen 33 tiene tres palabras que son las que conforman el logotipo del movimiento. Son letras script o caligráficas que imitan la escritura a mano, sigue dando este logotipo una sensación de calidez, pero su legibilidad sigue siendo pobre.</p>
	<p>La imagen 34 presenta la leyenda del logotipo pero en horizontal, las letras siguen siendo helvéticas, la única variable es el color.</p>
	<p>En la imagen 35 las letras son geométricas. En toda la imagen sólo hay cuatro palabras, la tipografía que le corresponde es la geométrica, este tipo de letras son más usados en señales o directorios, pero aquí se utiliza para dar solidez al mensaje.</p>
	<p>La imagen 36 presenta 3 palabras que corresponden al logotipo. Presenta tipografía caligráfica o script, pues las letras pretenden imitar la escritura a mano, parece desordenada y rompe con totalmente con el logotipo oficial.</p>

	<p>Aquí en la imagen 37 se observa que casi toda la composición de la imagen es la tipografía. Las letras se catalogan como de fantasía o display, cuya característica es ser simpáticas, aunque Sagahón (2006) explica que son pobres también en su legibilidad.</p>
	<p>La imagen 38 no tiene leyenda o slogan del movimiento, pero en la 39 se observa el logotipo del movimiento en horizontal. Su tipografía sigue siendo en helvética, aunque las variables aquí son el color y la posición de las letras.</p>
	<p>Nuevamente en la imagen 40 observamos la leyenda del movimiento en horizontal, son letras sin patines y parecen pertenecer a la categoría San serif. Dan la apariencia de calidez.</p>

Para concluir este apartado, considero que así como los mensajes tienen diversas interpretaciones, igualmente se analizaron desde distintos enfoques, que permitieran establecer una conexión entre su elaboración, las necesidades que reflejaban de un país, el momento histórico en el que surgen, así como aspectos ideológicos y técnicos.

Las tipografías fueron tan diversas como lo fueron las formas de los mensajes. Existió en algunos casos la omisión del logotipo o leyenda que pudiera sugerirnos algún sentido en la interpretación, pero lo que ocurrió fue que la imagen contenía otros elementos muy claros: un copete, una mano de Facebook, etcétera. Eran imágenes que expresaban abiertamente y sin ningún sentido retórico de qué hablaban o de quién.

Los datos expuestos fueron únicamente del logotipo del movimiento, porque era una de las cualidades significativas de las imágenes.

Capítulo VII. Conclusiones

A partir del trabajo realizado considero que se cumplen mis supuestos de partida particulares. Cuando inicié este estudio pensaba que el movimiento #Yosoy132 logró legitimar su activismo frente a los medios de comunicación hegemónicos gracias al posicionamiento que tuvo en las redes, pero no, su legitimación se debió a sus acciones fuera de las redes, pero las redes les sirvieron como un territorio donde circularon medios de producción cultural, reconstruyendo un discurso político y dándole otro sentido a las imágenes para hacer un intercambio ideológico y emocional de forma masiva, conformando un nuevo ejercicio del poder que se resistía a los medios de comunicación tradicionales, en especial a la televisión.

Facebook fue originalmente creado como territorio de socialización y desde el surgimiento del movimiento fue reconfigurado su uso para poner en juego un intercambio de mensajes políticos. Así, la política encontró un nuevo lugar para vincular a las personas, ya sea a favor o en contra de cierta postura ideológica.

Otro de mis supuestos de partida fue que las imágenes contienen elementos culturales que caracterizan un determinado contexto y a ciertos individuos; ahora puedo afirmar que la gráfica del movimiento no se compone de elementos artísticos, pero sí culturales, pues gran parte de las imágenes se comprendía mejor bajo la luz del contexto del movimiento estudiantil y compartiendo los referentes históricos que conforman el repudio a Televisa y la figura de Enrique Peña Nieto, esos referentes culturales hicieron posible su reproducción en la red, pues justo dentro de esos referentes las personas elegían cierta información. Aunque en este trabajo no se habló del sujeto y su interpretación, de acuerdo a Barthes (1995) los signos que compusieron mi muestra fueron universales, es decir, contenían un lenguaje pre-construido que reflejaba determinada manera de pensar y sentir en la sociedad.

Respondiendo a mis preguntas de investigación puedo decir que el discurso construido por el movimiento en este trabajo y de acuerdo con mi muestra, fue un repudio total a la televisión y a las televisoras, Televisa y TV Azteca. Por un momento creí que los mensajes y burlas contra Enrique Peña Nieto iban a ser el tema predominante, pero no fue así, su principal preocupación consistió en reformar y democratizar los medios de comunicación hegemónicos, en especial los mensajes transmitidos por la televisión. Aquí puede responderse otra pregunta de mi investigación ¿Por qué se distribuyó

principalmente por redes sociales? Porque una de las cualidades de las redes sociales es ser gratuita, por ese motivo los mensajes colocados en la red se encargaron de generar públicos opositores a la televisión y sus contenidos, así como generar simpatía por sus preocupaciones. Considero que además de que era un medio gratuito, tener una red social significa compartir códigos culturales de aceptación, moda, juventud, etcétera, cualidades aprovechadas para difundir su mensaje político y causar empatía.

Aunque no existió una preocupación por la elaboración del mensaje en términos artísticos, en las imágenes del movimiento sí existió color, forma, ideas y un apelar a la razón por medio de complejas formas retóricas hechas figura, de ahí que si a eso se suman los requerimientos técnicos de la plataforma de FB se obtiene un mensaje de carácter político, o sea, “te busco mediante referentes que son preocupantes para mí, pero que tú también ves”, así el movimiento influyó en su mismo mensaje, creando códigos que pudieran entenderse y compartirse.

¿Qué elementos ideológicos y culturales cubren las imágenes del movimiento?

Su objetivo en mi muestra era buscar una democratización en los contenidos de la televisión, utilizando principalmente la figura retórica del préstamo, cargada previamente de significado, y justo al jugar con esos significados se revelaba su ideología, que puede resumirse en un repudio al supuesto control que la televisión ejerce sobre quien la ve y además advirtiendo lo políticamente peligrosa que era para las elecciones. Culturalmente, como ya habían establecido códigos de referencia, sus ideas se compartieron rápidamente en la red; por ejemplo, teníamos una imagen de un televisor escupiendo basura, otra de televisores personificados caminando sin rumbo y siendo despertadas por un libro, en otra observamos a EPN siendo una tele, parado sobre un mapa lleno de sangre. El momento era claro y se necesitaba conseguir que de alguna forma las imágenes llevaran a una reflexión.

Hoy, a casi cuatro años de distancia de lo que fue el movimiento, la gente sale a la calle y se une, cree en la información que circula por redes sociales y los medios independientes encuentran su nicho ahí, colocando información y haciéndola circular, generando un cambio en la forma simbólica de percibir el mundo.

Fuentes citadas

Agudelo, P. (2011) “Los ojos de la palabra. La construcción del concepto de éfrasis, de la retórica antigua a la crítica literaria”. En *Dialnet* [en línea]

Disponible en: dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3943091.pdf

Fecha de consulta: 5 mayo 2015

Aldabi, J (2012) “Quebec: otro despertar estudiantil”, en revista *Proceso* [en línea].

Disponible en: <http://www.proceso.com.mx/?p=313457>

Fecha de consulta 27 de junio de 2013

Aparicio, J. (2009) “Análisis estadístico de la elección presidencial de 2006 ¿fraude o errores aleatorios?”, en revista *Política y Gobierno* [en línea], México.

Disponible en: [http://www.politicaygobierno.cide.edu/num_anteriores/Vol_Tematico-2_2009/09_Aparicio_\(225-243\).pdf](http://www.politicaygobierno.cide.edu/num_anteriores/Vol_Tematico-2_2009/09_Aparicio_(225-243).pdf)

Aquino, A. (2009) “El 68 en la gráfica política contemporánea. El cartel y la estampa de implicación social en México”, en *Discurso visual* [en línea], Número 13 CENIDIAP (Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información de Artes Plásticas) CNART.

Disponible en: <http://discursovisual.cenart.gob.mx/dvweb13/aportes/apoarnulfo.htm>

Fecha de consulta 25 junio 2013

Aranda, J. (2000) “El movimiento estudiantil y la teoría de los movimientos sociales” en *Revista de Ciencias Sociales, Redalyc* [en línea] Vol.7, Número 21.

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10502108>

Fecha de consulta 26 mayo 2013

Asociación Mexicana de Internet (AMICI), México [en línea]

Disponible en <http://www.amipci.org.mx/>

Fecha de consulta 15 de julio 2013

Barthes, R. (1995) “Retórica de la imagen” en *Lo obvio y lo obtuso*. España, Paidós.

Beristáin H. (1985) *Diccionario de Retórica y Poética*, séptima edición. Editorial Porrúa, México, Pág. 486. Reedición 1995.

Brito, R. M. (2008) “Cuerpo, terror y dominación totalitaria” en revista *Tramas* N.30 UAM-X. México. Pp. 122-125

Castells, M. (2009) *Comunicación y Poder*, Madrid. Alianza Editorial.

Castro, F. (2011). “Autor del Thriller universitario: Vamos a tratar de generar más flashmobs”. *La Nación*.

Disponible en: <http://www.lanacion.cl/autor-del-thriller-universitario-vamos-a-tratar-de-generar-mas-flashmobs-/noticias/2011-06-24/211342.html>

Fecha de consulta: 6 abril 2015.

Concha, M. (2012) “Análisis de la primavera árabe” en *On the record* [en línea], Junio.

Disponible en: <http://ugm.cl/ontherecord/2012/06/analisis-de-la-primavera-arabe/>

Fecha de consulta 3 junio 2013

Conde, F (2004) *El análisis del discurso*. Texto para seminarios. Madrid, Pág. 7.

Colle, R. (1998) “El contenido de los mensajes icónicos” en *Revista Latina de Comunicación Social*, Facultad de comunicaciones Pontificia Universidad Católica, Santiago de Chile.

Cortés, R. (2009) “La comunicación política. Capítulo I. Apuntes para una aproximación teórica”, en *La Comunicación Política como forma moderna de dominación: del discurso retórico al discurso icónico*. Colección de textos de la Comunicación. Universidad de los Andes, Venezuela.

CNN México [en línea] “Masacres en México, recuento de la violencia”

Disponible en: <http://mexico.cnn.com/nacional/2011/11/24/en-boca-del-rio-veracruz-abandonan-35-cuerpos> México.

Última actualización 2015.

Fecha de consulta 24-03-2015

De León, S. (2008) “Notas para una exploración teórica sobre los estudios de producción de comunicación mediática (periodismo, opinión pública y comunicación política)” en revista *Comunicación y Sociedad*, Nueva época, Número 9, enero-junio.

De Mauleón, H. (2012) “#Yosoy132 y el uso político de las redes sociales. De la red a las calles” en *Nexos*, Número 417, septiembre de 2012, pp. 34-43.

Diario *Le Monde* (2012) “Mexique, la spirale de la barbarie” [en línea] Francia.

Disponible en: http://www.lemonde.fr/idees/article/2012/08/23/mexique-la-spirale-de-la-barbarie_1749042_3232.html

Fecha de consulta 1 julio 2013

El Universal “Texto íntegro del discurso de Felipe Calderón” [en línea], México.

Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/464919.html>

Fecha de consulta 1 julio 2013

El Dínamo (2011) [en línea] “Otra protesta alternativa: Estudiantes preparan suicidio simbólico por la educación”.

Disponible en: <http://www.eldinamo.cl/pais/2011/06/28/otra-protesta-alternativa-estudiantes-preparan-suicidio-simbolico-por-la-educacion/>

Fecha de consulta 10 abril 2015.

Ferguson, R. (2007) *Los medios bajo sospecha, Ideología y Poder en los medios de Comunicación*, Barcelona. Gedisa editorial.

Freire, J y Villar, D. (2010), “Prácticas cartográficas cotidianas en la cultura”, en *Razón y Palabra* [en línea], Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación.

Foucault, M. (1989) *El Poder: cuatro conferencias*. México, UAM-A.

Giménez, G. (2005) *Teoría y Análisis de la Cultura*, Vol. I. México, CONACULTA.

Haidar, J. (2000) “El Poder y la Magia de la palabra: el campo del análisis del discurso” Lugo, N. (comp).en *La producción textual en el discurso científico*, México, UAM.

Hernández, I. (1997) *Análisis semiótico de la caricatura de Rius* (aproximación teórica). Tesina de Maestría. Bogotá, Colombia. Maestría en Estudios Culturales, Facultad de Ciencias Sociales y Políticas, UNAM.

Hernández, V. (2012) “¿Por qué es tan cara la universidad en Chile?” En BBC MUNDO [en línea]. Mayo 2012, Chile.

Disponible en:
http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/05/120515_chile_educacion_costo_protestas_vh.shtml

Fecha de consulta: 21-03-2015.

Hernández A. *Mimesis y drama social en la ironía de las obras: El cerco de Leningrado y Daaalí*. Tesis de doctorado. UIA, 2014.

IFE (Instituto Federal Electoral), México.

Disponible en: <http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2>

Disponible en: www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DS/DS.../CGe271011ap1_x2.docx

Fecha de consulta 10 y 11 junio 2013.

Index Mundi (Agencia Central de Inteligencia)

Disponible en: http://www.indexmundi.com/es/espana/poblacion_perfil.html

Fecha de consulta 5 junio 2013.

Instituto Nacional de Estadística de España [en línea] Madrid. Implementing a corporate-wide metadata driven production process at INE Spain

Disponible en: <http://www.ine.es>

Última actualización 2015.

Fecha de consulta 21-03-2015

Iñiguez, L. y C. Antaki (1998) "Análisis del Discurso". Revista *Anthoropos*. Núm. 177.

La Jornada [en línea] (UNAM)

Disponible en:

<http://www.lajornada.unam.mx/2011/10/22index.php?section=opinion&article=036a1pol>.

Fecha de consulta 13 junio 2013

Le Journal de Montréal, Canadá.

Disponible en: <http://blogues.journaldemontreal.com/barbe/2012/06/19/>

Fecha de consulta 22 de junio de 2013.

López, M. y F Cao (1998) “La retórica visual como análisis posible en la didáctica del arte y la imagen” en *Arte, Individuo y Sociedad*, Número 10, Servicios de publicaciones, Universidad Complutense, Madrid.

Lozares, C. (1996) “La Teoría de las redes sociales” en *Papers*, Revista de Sociología, Número 48, Barcelona, Pp. 108-111.

Martin, V y M. Torres (2013) “Imágenes e imaginarios en el espacio público virtual: apuntes para una agenda de investigación”, en *Razón y Palabra* [en línea], Número 82, Marzo-Mayo (Revista electrónica de América Latina especializada en comunicación)

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199525737006>

Fecha de consulta: 25 de junio 2013

Manero, R. (2008) “Cuerpo, terror y dominación totalitaria”, en revista electrónica *Tramas* [en línea] UAM-X, México. Pp. 111-132

Disponible en:

http://tramas.xoc.uam.mx/busqueda.php?indice=AUTOR&terminos=Manero%20Brito,%20Roberto&indice_resultados=0&pagina=1

Fecha de consulta: 2 de mayo 2015

Martí, I. y Puig, S. *Los movimientos sociales en un mundo globalizado: ¿alguna novedad?* América Latina Hoy [en línea] 2004.

Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30803604>> ISSN 1130-2887

Fecha de consulta: 14 de abril de 2015.

Mirzoeff, N (2003) *Una introducción a la cultura visual*, Barcelona, Paidós.

Muñoz, B (2012) “Canadá, cien días de huelga en Quebec”, en periódico el *turbión* [en línea], Colombia. Disponible en: <http://elturbion.com/?p=3899>
Fecha de consulta 21 de junio de 2013

Nivón, E. (1998) *Culturas urbanas y Movimientos sociales*, México, UAM-I, CNCA.

Noval. C (2010) “La polifonía y la intertextualidad en producciones textuales infantiles”. *Cuadernos de lingüística hispánica*. Núm. 15. ISSN 0121-053X, Colombia. Pág. 144.

OIT (Organización Internacional del Trabajo)

Disponible en: <http://ilo.org/global/research/global-reports/global-employment-trends/youth/2013WCMS212725/lang-es/index.htm>.

Fecha de consulta 5 junio 2013

Pineda, O (1997) *Gramática visual: Lectura de la imagen*. Tesina licenciatura. México D.F., Facultad de Ciencias Sociales y Políticas, UNAM.

Pimentel L. (2003) “Écfrasis y lecturas icotextuales en Poligrafías”. *Revista de literatura comparada*. Núm. 4. UNAM.

Disponible en: <http://ru.ffyl.unam.mx:8080/jspui/handle/10391/859> ISBN en trámite

Última actualización: 2011.

Fecha de consulta 20-04-2015

Portal de la Comunicación (INCOM) Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.

Disponible en: www.portalcomunicación.com

Fecha de consulta 25 junio 2013

Portilla, M. y Mora A. (2013) “Los nuevos movimientos sociales y la violencia simbólica”, en *Revista Científica Ra-Ximhai*, Vol 9, Núm. 3. Universidad Autónoma Indígena de México. ISSN 1665-0441. Disponible en: <http://www.raximhai.com.mx/Portal/>
Última actualización 2015.

Fecha de consulta: 15 abril 2015

Rodríguez, G (2011) “El joven mártir que cambió el destino de un país”. En periódico *El País*, archivo [en línea]. Enero 2011, España.

Disponible en:

http://elpais.com/diario/2011/01/15/internacional/1295046005_850215.html

Fecha de consulta 19 febrero 2013

Sandoval, E. (2006) “Peirce y la semiótica de las afecciones” *II Jornadas Peirce en Argentina*, 7-8 de septiembre. UACM.

Sagahón, L. (2006) *Tipografía I. Comunicación gráfica y diseño editorial*, octava lectura. UACM, México.

The cocktail analysis [en línea], Madrid. Infografía 4ta Oleada Observatorio de Redes Sociales.

Disponible en: <http://tcanalysis.com/blog/posts/infografia-4%C2%AA-oleada-observatorio-de-redes-sociales> Mayo 2012.

Fecha de consulta 21-03-2015

Última actualización 2014.

The New York Times [en línea] “With Kiss-Ins and Dances, Young Chileans Push for Reform”, Agosto 2011.

Disponible en: http://www.nytimes.com/2011/08/05/world/americas/05chile.html?_r=0

Fecha de consulta 4 abril 2015.

Tibol R. (1987) “Asamblea gráfica” en *Gráficas y neográficas en México*. UNAM. Editado por SEP

UNICEF (Fondo de Naciones Unidas para la Infancia).

Disponible en: http://unicef.org/spanish/infobycountry/Tunisia_startistics.html#103

http://unicef.org/spanish/infobycountry/Tunisia_startistics.html#99

http://unicef.org/spanish/infobycountry/egyp_startistics.html

Fecha de consulta 3 junio 2013.

Universidad de Chile Ley orgánica constitucional de enseñanza. Ministerio de educación. Publicada el 10 de marzo de 1990 [en línea].

Disponible en: <http://www.uchile.cl/portal/presentacion/normativa-y-reglamentos/8386/ley-organica-constitucional-de-ensenanza>

Fecha de consulta: 21-03-2015

Van Dijk, T. (1996) *Análisis del discurso ideológico*, UAM-X, México, Pp. 15-43.

Van Dijk, T. (2000) *El discurso como interacción social*. Gedisa. Madrid.

Valdez A. y Huerta D. (2011) “¿Qué mueve a los votantes? Un análisis de las razones y sin razones del comportamiento político del elector” en revista *Razón y Palabra* Núm. 75 [en línea].

Disponible en: www.razonypalabra.org.mx

Fecha de consulta 23-03-2015

Vico, M. (2012) “La lucha es de todos. Movimientos juveniles y cartel en Chile” en revista *Monografica.org*. Enero 2012.

Disponible en: <http://www.monografica.org/02/02/Art%C3%ADculo/3624>

Fecha de consulta 25 junio 2013

Villamil, J. (2009) *Si yo fuera Presidente, el reality show de Peña Nieto*, México, Grijalbo.

Wallerstein, I. (2011) “El fantástico éxito de Ocupa Wall Street”, en *New York Times*, Octubre de 2011

Wikipedia, la enciclopedia libre.

Disponible

en:

http://es.wikipedia.org/wiki/Movilizaci%C3%B3n_estudiantil_en_Chile_de_2011-2013#Protestas_alternativas

Fecha de consulta 28 de junio 2013.

Yepes, R. (2010) *La política del arte: cuatro casos de arte contemporáneo en Colombia*. Tesis de Maestría. Bogotá, Colombia. Maestría en Estudios Culturales, Facultad de Ciencias Sociales. Pontificia Universidad Javeriana.

Videos citados

Autor: Policía Federal

Título: Entrevista a Edgar Huerta Montiel “El Guache”, jefe de los Zetas.

[Vídeo en línea]

Demos Desarrollo de Medios SA.

Consulta 25 mayo 2013

Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=UycQ0P9jCts>

Autor: Milenio Televisión

Título: Usted no es bienvenido presidente

[Vídeo en línea]

Canal Milenio TV.

Consulta 2 junio 2013

Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=9Ls_ien_m2Q

Autor: Reforma

Título: Desigualdad es nuestra bandera: Peña Nieto

[Vídeo en línea]

Reforma.

Fecha de consulta: 10 abril 2015

Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=usjSXSFX7YQ>

Autor: PRIOficial

Título: Entrevista de Pedro Joaquín Coldwell en Milenio televisión realizada el viernes 11 de mayo de 2012.

[Vídeo en línea]

Milenio Televisión.

Consulta: 8 febrero 2013

Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=ZayhfF4uLjQ>

Autor: BBC Mundo

Título: ¿Por qué es tan cara la universidad en Chile?

16 mayo 2012

[Vídeo en línea]

Hernández, Vladimir

Consulta: 15 mayo 2015

Disponible en:

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/05/120515_chile_educacion_costo_protestas_vh.shtml

Autor: Julián Kader

Título: Gagazo por la educación chilena. Lady Gaga Flashmob 'Judas'

11 septiembre 2014

[Vídeo en línea]

Consultado: 14 mayo 2015

Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=Xu-qunYcifs>

Anexos. Archivo electrónico. CD