

Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco
División en Ciencias y Artes para el Diseño

**Comunidad virtual, comunicaciones digitales y empatía en las
conversaciones en línea: el movimiento #Yo Soy 132**

**Tesis por optar al Grado de Doctor en Ciencias y Artes para el Diseño con especialidad
en Diseño Tecnología y Educación que presenta**

Emma Fabiola Navarro Montaña

MSc. In Media Arts and Imaging

Tutora: Dra. María Isabel Arbesú García (UAM X)

Integrantes del Jurado

Dr. Mauricio Andión Gamboa (UAM X)

Dra. Deyanira Bedolla Pereda (UAM C)

Dr. Aarón José Caballero Quiroz (UAM C)

Dra. Andrea Marcovich Padlog (UAM X)

Dr. Felipe Victoriano Serrano (UAM C)

México D.F.

Marzo de 2015

Agradecimientos

Este trabajo es fruto de muchísimas personas a quienes les estaré siempre agradecida. Principalmente, gracias a mi tutora, la Dra. María Isabel Arbesú García por su apoyo incondicional. No sólo me alentó a seguir en el camino del doctorado sino que me proveyó de un modelo como académica e investigadora. De igual manera quiero agradecer especialmente al Dr. Luís Ernesto López Aspeitia por su apertura y generosidad. Su trabajo y su invitación al EHESS fueron más que inspiradores. Agradezco particularmente la oportunidad de conocer los trabajos de otros científicos, como el del Dr. Geoffrey Pleyers, el Dr. Emanuel Toscano, la Dra. Cécile Boëx y la Dra. Cecile Van de Velde, quienes influyeron en mi trabajo. Gracias a todos ellos por creer en mí y por compartir sus fuentes y hallazgos.

Gracias a mis lectores por sus aportaciones, sus puntos de vista y su generosa escucha en el proceso de correcciones. A la Dra. Andrea Marcovich, el Dr. Felipe Victoriano, el Dr. Mauricio Andión, el Dr. Aarón Caballero y la Dra. Deyanira Bedolla, a ellos les debo mucho.

Quiero agradecer a mis colegas de la octava generación y demás compañeros que conocí en la UAM X. Ha sido un placer coincidir con Liliana Ceja, Herendy Ávila, Fabiola Rodríguez, , Mariana Gálvez, Areli García, Lety García, Brenda Osorio, Ernesto Arana, Susana Mateos. Gracias por su acompañamiento, su cariño, su invaluable amistad.

A mis compañeros del área 4, gracias por sus oportunas observaciones que me permitieron crecer y aprender, sobre todo a Abraham Acosta y Angélica Arista.

Gracias al extraordinario cuerpo docente que conocí en la UAM Cuajimalpa. Mi agradecimiento particularmente al rector el Dr. Eduardo Peñalosa por su apoyo durante mi estancia y los colegas participantes del cuerpo académico liderado por la Dra. Alejandra Osorio. Gracias especialmente al Dr. Vicente Castellanos, el Mtro. Francisco Mata Rosas, el Mtro. Carlos Saldaña, el Mtro. Daniel Peña y el Mtro. Jorge Suárez. Sin duda, el inicio de mi cultura digital se las debo a ellos. Fue un honor trabajar en el Departamento de Ciencias de la Comunicación y Diseño y espero que esta investigación refleje un poco de lo mucho que me aportaron.

Quiero expresar mi profunda admiración, cariño y respeto a mi padre por su excepcional ejemplo en todo, pero sobre todo en su generosidad, constancia y paciencia. Igualmente, a mi hermana Mónica y su esposo Thierry por su acompañamiento, apoyo, albergue y escucha durante mi estancia en París, así como a la pequeña Mathilde. Sin ellos cuatro, mi vida en esta aventura académica no tendría sentido. Gracias por su amor.

Gracias también a los que ya no se encuentran con nosotros. Su ejemplo nos mantiene vivos. Gracias mamá.

Índice

Introducción	6
1. <i>Justificación</i>	16
2. <i>Preguntas de Investigación</i>	20
3. <i>Objetivos</i>	21
4. <i>Síntesis metodológica</i>	21
I. Antecedentes: de la opinión con conciencia social a la subjetivación y la tecnopolítica	29
I.1 <i>La opinión como generadora de conciencia social en México contemporáneo</i>	36
II. Marco contextual: web 2.0 y las redes sociales	40
II.1 <i>Origen del #Yo Soy 132</i>	46
II.2 <i>Las conversaciones en el medio digital</i>	55
III. Comunicación Digital. Representación, consumo y lenguaje El compartir como trascendencia	57
III.1 <i>El diseño del sujeto que conversa. La palabra sin cuerpo</i>	65
III.2 <i>La creatividad y el humor. Dos aspectos humanizadores presentes en las conversaciones en línea</i>	74
III.3 <i>Identidades en la red</i>	83
III.4 <i>Conversación y lenguaje</i>	86
III.5 <i>Definición de Nuevos Medios de Comunicación</i>	88
III.6 <i>Fenómeno del Bullshit y el consumo en los nuevos medios</i>	92
III.7 <i>Trascendencia en los medios digitales. Compartir mi mundo</i>	97
IV. Comunidad virtual	105
IV.1 <i>Definición del concepto de comunidad</i>	109
IV.2 <i>Necesidades subjetivas-informativas</i>	114
IV.3 <i>Autorregulación e identidades ambiguas</i>	118
IV.4 <i>Primer criterio: Comunidad entendida como red</i>	120
IV.5 <i>Segundo criterio: La comunidad como práctica de aprendizaje en un contexto dinámico</i>	124
IV.6 <i>Estudio de caso: #YoSoy132 como práctica comunitaria de aprendizaje sobre la dignidad</i>	126
V. Empatía e interés colectivo en el ámbito digital	138
V.1 <i>La empatía en las redes: Entre el formalismo de la imagen profesional y el valor moral de la imagen amateur</i>	151
V.2 <i>El ejemplo empático hedonista de la imagen digital en redes: El selfie</i>	157
V.3 <i>El ejemplo empático con conciencia social en la imagen digital de las redes: la imagen testimonial de los movimientos sociales</i>	161

VI. Procedimiento metodológico	168
VII. Análisis y discusión: Triangulación Conceptual de comunicaciones digitales, comunidad y empatía	207
<i>VII.1 Análisis del primer momento (11 de mayo- finales de junio): Peña acude a la Ibero. Nacimiento del #Yo Soy 132, momento empático-emocional, organización de tercer debate.</i>	207
<i>VII.2 Análisis del segundo momento (Junio-22 de octubre), vigilancia de las elecciones y desarrollo de un plan de trabajo. Profesionalización de contenidos. Momento comunitario</i>	219
<i>VII.3 Análisis del tercer momento (#1DMx) Protesta por la toma de posesión, criminalización y Repliegue del #Yo Soy 132</i>	229
Conclusiones	246
Obra citada	260
Obra consultada	270
Referencia de Ilustraciones	276

Introducción

*Opinión no es sólo información. Opinión
implica tener medios para expresarse.*

FRANK LA RUE, Relatoría de Naciones Unidas.

El País (Argentina), 15 de julio de 2009.

Mientras se debate en los círculos académicos y periodísticos el derecho a la privacidad y a la libertad de expresión, se exhiben las prácticas de espionaje¹ que encabeza el presidente de Estados Unidos, Barack Obama junto con sus aliados. Es decir, en una sociedad que aspira a ser cada vez más democrática, paralelamente se replantea, por un lado, la importancia de la transparencia y, por otro, la protección de la autonomía y la dignidad humana que conlleva la privacidad.

El presente trabajo va en un sentido complementario, que es el derecho a construir lo público, a visibilizar –mediante publicaciones de los actores sociales– una problemática desde la opinión pública y para la opinión pública. **Gracias a los mecanismos publicitarios de las redes, así como a la posibilidad de vigilar y**

¹ Aunque en la era del Internet siempre ha existido –y existirá– la vigilancia, es ahora cuando se dispone de mecanismos para denunciarla y para visibilizar cómo los gobiernos la ponen en práctica sobre sus aliados y sus ciudadanos. De hecho, la tibia reacción del gobierno mexicano ante la revelación del espionaje estadounidense sobre los correos electrónicos del presidente Enrique Peña Nieto y del ex presidente Felipe Calderón obedece –según especulan algunos– al temor de que se descubriera que el gobierno mexicano también espía a su ciudadanía. Sin duda en términos de espionaje, difícilmente algún país queda bien parado.

denunciar que éstas ofrecen, sus usuarios son los nuevos actores sociales. Son ellos quienes combaten la pérdida de la memoria histórica al propiciar la libre circulación de contenidos que reflejan su propia visión. Mediante el registro imborrable y dinámico que son las conversaciones en línea, velan por sus derechos a la libertad, a la información y a la construcción de opinión.

Esta toma de conciencia respecto a los derechos obedece a una lógica moderna según la cual los sujetos poseen libertad gracias a su capacidad de individuación. La construcción de dicha individuación recae en su proceso de subjetivación, es decir, en su modo de formar una identidad adulta, estable, independiente y autónoma. La subjetivación es una de las acciones más importantes en la formación de los mencionados actores sociales, pues implica su autodeterminación y el desarrollo de su relación con el entorno y consigo mismos. El diseño enfatiza este proceso mediante la personalización de su “vida digital” y su reivindicación mediatizada.

El diseño se entiende aquí como la capacidad transformadora de los usuarios para adaptarse a contextos cambiantes mediante herramientas tecnológicas (en este caso, las comunicaciones en un entorno web 2.0), y posee dos características que potencian aún más la autonomía: la interactividad y la conectividad en sus conversaciones. De esta manera el diseño² juega un papel

² Propio del capitalismo industrial tardío, el diseño como sistema de producción estético es natural a la era de las masas (Acha, 1988). Sin embargo, en tiempos de la web 2.0, los productos destinados a las grandes audiencias deben cumplir la premisa de ser adaptables: personalizados y atomizados de acuerdo con las necesidades individuales. En particular, el diseño de medios correspondiente a la cultura audiovisual y multimedia y que hoy alimenta el circuito de las redes sociales digitales es capaz de influir en la sensibilidad de las grandes masas gracias a su

vital en esta construcción y transformación individual y cultural. Permite incrementar el rango de acción de los actores sociales, pues no sólo incide en su reforzamiento personal para lograr la aspirada madurez del adulto (en las redes, el ejemplo más notorio sería la construcción de identidad en línea y la creación de contenidos que aspiren a intercambios para crear conciencia social), sino también en el ecosistema de su red, permitiendo al sujeto la trascendencia cultural y el reforzamiento comunitario. Así, el paso a la Modernidad consiste en construir una conciencia autónoma y libre que actúa acorde a su naturaleza y esencia, es decir, según su subjetividad; en una era global implica, además, mediatizar dicha subjetividad con fines culturales y políticos.

Esto se ve reflejado en nuestro estudio de caso, el movimiento #YoSoy132. En él se observa una subjetividad diseñada conforme al usuario contemporáneo: construye una individuación cívico-global desde las comunicaciones digitales en la hipermedia. Desarrolla la empatía con base en testimonios de usuarios comunes, dando una fuerza innegable a la emotividad, la creatividad, el humor, el carisma y en concreto, al discurso informal y profesionalizado que proviene del ciudadano común. De esta manera reestableció el valor de la individualidad en la comunidad, en el sentido de compartir y negociar transparentemente sentidos culturales y políticos en una red y en contraposición al discurso oficial y desprestigiado de los medios masivos. Paralelamente, dichas reflexiones audiovisuales pasaron a un ámbito político, elaborando un discurso y un plan de trabajo que apelaba a

reproductibilidad (Acha, 1988). Logra lo anterior al volver al usuario consciente de su propia creatividad mediante la industrialización y comercialización de las artes, aludiendo a su capacidad intrínseca para crear sus propias experiencias narrativas.

necesidades de orden histórico y nacional. En consecuencia, influyeron en la autodeterminación estructural-local de los sujetos en un contexto histórico globalizado.

Indudablemente, para este momento histórico de un México global y ultraconectado no podría haber un reflejo más claro de una democracia igualmente practicada y vigilada globalmente que la irrupción del movimiento #YoSoy132: un novedoso actor social cuya forma de trabajo se caracterizó por la **experimentación política desde la intimidad personalizada de un puñado de estudiantes, que promovieron la indignación mediatizada y un plan de trabajo civil para incidir en la democracia mediante la generación de opinión multimedia.** Como movimiento de reivindicación que cuestionó la lógica cultural del ejercicio del poder, los simpatizantes del movimiento tuvieron profundas implicaciones en el ejercicio ciudadano de la democracia, al grado de crear un marco de referencia en la organización de la opinión pública nacional. Esto influyó en que dos años más tarde, en 2014, durante el gobierno de Enrique Peña Nieto, se pretendiera aprobar la Ley Telecom para controlar el acceso a Internet bajo el argumento de la seguridad nacional.³

³ Inicialmente, la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión contemplaba la posibilidad de bloquear contenidos en Internet o incluso bloquear la señal en situaciones críticas para la seguridad nacional. Debido a las protestas en contra, el primer punto fue eliminado, mientras que el segundo se limitó a bloquear señales en centros penitenciarios y sus entornos cuando así lo instruya una autoridad competente (Torres, 2014). No exenta de polémica, la ley fue aprobada finalmente el 9 de julio de 2014 y, entre otras cosas, establece en sus artículos 189 y 190 que los concesionarios de telecomunicaciones están obligados a colaborar con las instancias de seguridad en la procuración y administración de justicia en la localización geográfica, en tiempo real, de las personas a través de sus equipos de comunicación móvil, así como permitir el acceso a dichas instancias gubernamentales a registros de bases de datos que contengan los comunicados hechos

La elección del #YoSoy132 como caso de estudio obedece a que el diseño tiene una relación clara con la opinión multimedia gestada en dicho movimiento y con la personalización de la creación de conciencia social, la cual incide en la subjetividad individual y en la autonomía cultural de los usuarios. En nuestro estudio de caso se observa la tendencia global a emplear conversaciones en línea que unifican dos manifestaciones culturales: la tradición audiovisual –vuelta hipermedia en la era del Internet– y la tradición de lucha social. En este caso, los híbridos mediáticos diseñados lograron viralizar (es decir, popularizar entre los usuarios de las redes sociales al compartir y reproducir de manera masiva) un contenido que subjetivamente requiere ser comunicado, volviendo el desacierto del entonces candidato Enrique Peña Nieto en su conducción ante los universitarios, en una realidad subjetiva compartida a nivel local y global. El contagio emocional y cognitivo observado en las redes, es la prueba irrefutable de la capacidad del testimonio ciudadano para contrarrestar las versiones que ofrecen los medios masivos. El testimonio se utiliza a lo largo del movimiento con miras a profesionalizarlo a partir de la cultura audiovisual y los consumos culturales de las industrias de entretenimiento que poseen los usuarios. Así, su propio aprendizaje convierte a dichos participantes en agentes culturales de cambio, pues al crear escenificaciones y significados participativos y compartidos, también pretenden crear un proyecto político acompañado por miles que efectivamente contribuya a lograr una autoridad democrática desde el espacio cotidiano del ciudadano.

Por otra parte, el diseño es una manifestación histórica del momento en que vivimos dado que traduce todas las experiencias⁴ comunicativas en interacciones que se configuran con base en la personalización y la relacionan hipertextualmente. A esto se agrega la lógica muy contemporánea de la distribución mediática, es decir, la de publicitar el acontecimiento. Con ello, el usuario está construyendo la cultura político-visual contemporánea que desde su parámetro doméstico le permite el diseño. Dicho en otras palabras, mediante el diseño y las producciones comunicativas, el sujeto personaliza y experimenta su individualidad y sus necesidades político-culturales para alejarse cada vez más y más de la herencia moderna de la era industrial: la masificación y el anonimato. Esta tendencia no hace sino acentuarse en la era web 2.0, con las redes sociales.

El #YoSoy132 ofrece un modelo hipermedia de participación política fundamentado en la experimentación personal de los valores democráticos y en la creación de contenidos interactivos que reflejen estas convicciones. Los actores se involucran desde una profunda iniciativa personal, no ideológica ni social. El carácter altermundial del movimiento se observa en su identidad, compartida con otros miles de usuarios en luchas semejantes, inspiradas en la dignidad, la justicia social y las condiciones que un mundo democrático debiera ofrecerles, según su mirada crítica al neoliberalismo (Pleyers, 2013).

Nuestra motivación al elegir dicho estudio de caso se debe precisamente al papel que la subjetivación juega en la actualidad en la construcción de actores

⁴ El diseño como experiencia es el más reciente paradigma bajo el cual se entiende la labor de construir imágenes e identidad de usuarios o clientes. De esta manera pasamos del consumo masificado y estándar al consumo que exalta la relación subjetiva y personalizada entre usuario y objeto.

sociales mediáticos y de proyectos políticos. Ambos procesos, codependientes, ocurren en el marco de la serie de movilizaciones democráticas iniciadas en 2010. Si bien la emancipación es un tema histórico –tan viejo como la civilización misma–, quizá nunca habían existido las condiciones para publicar este proceso en dos versiones históricamente antagónicas: a nivel político-oficial, mediante los medios masivos; y a nivel doméstico-personal, mediante las conversaciones en línea. Si bien con la invención del cinematógrafo –y luego de la televisión– se habían compartido experiencias visuales a nivel masivo, ahora los usuarios de las redes digitales pueden hacerlo de manera participativa e inmediata, compartiendo memorias de su autoría, siendo protagonistas desde su cotidianidad, aspirando así a la trascendencia. Están dispuestos a presentar ante el otro su lucha personal, con la pretensión de que se convierta en una lucha global. Efectivamente, como veremos en este trabajo, hay en estos actores sociales la disposición a ser, simultáneamente, *testigos* y *medios* de acontecimientos, impulsados a menudo por iniciativa individual. Permea una especie de fe en la acción personal y su impacto en la transformación social encabezada por las redes sociales mediante la difusión y estetización de contenidos diseñados.

Lo anterior se observa en las revueltas de 2011, secundadas luego en diversas partes del mundo, incluido México con #YoSoy132. Todas ellas se caracterizan por tener como protagonistas a generaciones cuya postura crítica se debe, entre otras razones, a las alternativas culturales que ofrece el Internet; sus integrantes emplean las conversaciones en línea, pero son cada vez más conscientes de su precariedad socioeconómica y cultural, los que los lleva a

cuestionar la calidad de la democracia que reciben a cambio.⁵ Son generaciones que no necesariamente tienen una conciencia política basada en una educación cívica o formal, sino que, más bien, la aprendieron informalmente en sus tiempos de ocio, así como mediante la crítica a los consumos audiovisuales propios y de otros usuarios, y a sus nociones de los derechos y obligaciones que les corresponden a ellos y al Estado. Por ello, al comparar "vidas paralelas" (Van del Velde, 2013) en la red, donde ven a otros usuarios ser autocríticos respecto a sus proyectos culturales y herencias democráticas, estos actores se inspiran para producir resonancias en la alteridad y a nivel global (es decir, proyecciones en otros sujetos y en otros países), creando contenidos cognitivo-emocionales contagiosos que permiten conectarse con otros sin intermediarios ni autoridades regulatorias de por medio. Los usuarios de estas redes recurren a su cultura audiovisual para crear híbridos mediáticos que generen empatía entre su comunidad, mediante mensajes claros que oscilan entre el documental, el infomercial y la campaña, entre otros formatos. En el caso del #YoSoy132, la empatía se logró gracias a la imagen testimonial profesionalizada que contrarrestó la versión oficial sobre la situación democrática del país.

⁵ Mientras que en Estados Unidos, Europa y algunos países del Mediterráneo las luchas por la dignidad tuvieron su origen en el empobrecimiento de las clases medias y el abandono paulatino del Estado benefactor, en algunos países del norte de África y Medio Oriente como Túnez, Egipto, Libia e Irán, el empobrecimiento es una condición ocasionada por regímenes autoritarios, corruptos, oligárquicos y represivos. En el caso de México, la movilización se debió al rechazo a la simulación de democracia en el sistema político electoral y al apoyo mediático de las grandes televisoras hacia el candidato oficial del Partido Revolucionario Institucional (PRI). Aquí, como en muchas naciones latinoamericanas, la precariedad social se ha agudizado de manera alarmante por la inequitativa distribución de la riqueza, asemejando el rezago social y cultural al de países no democráticos.

Esta empatía permitió crear una comunidad, la del movimiento #YoSoy132, que fue referente de sentido en términos de la cultura política ciudadana, así como un importante agente de cambio durante las elecciones de 2012. Por ello, nuestra investigación se centra precisamente en la generación de empatía y comunidad en un contexto de comunicaciones digitales en la plataforma web 2.0. En ella se expresa una subjetividad practicada en la personalización de testimonios y en la organización estructural para modificar prácticas políticas y culturales durante dichas elecciones.

La particularidad de las publicaciones en línea consiste en que, al originarse en la sociedad civil, los contenidos son validados por las redes sociales como opiniones que las representan, es decir, como un reflejo de la veracidad de la propia red. De este modo, los usuarios demuestran su consumo audiovisual y su nivel informativo simultáneamente, generando prácticas creativas e informativas. Además, incorporan los espacios privados y públicos en forma paralela mediante dispositivos e interfaces que hibridizan las prácticas de trabajo y de ocio.

De tal suerte que el espionaje de ciudadanos y aliados por parte del régimen estadounidense –denunciado por Edward Snowden y Julian Assange, y difundido por personajes como Chelsea Manning y el reportero Glenn Greenwald– es contrarrestado por la posibilidad de que el público vigile al Estado. Este agente social vigilante, generador de imágenes privadas (y exclusivas) susceptibles de volverse virales, debe entenderse como un ser autónomo y como un usuario que aunque no sea un profesional del diseño o de las comunicaciones, es capaz de emplear las convenciones audiovisuales y multimedia para compartir su mundo e incidir en los procesos de democratización o autodeterminación a nivel personal.

Su construcción permanente se une colectiva, libre y organizadamente a otras contra la visión homogénea que ofrece la existencia moderna. Para contrarrestar esta visión, el actor social se subjetiva a partir de sus parámetros hipermediáticos. Esto lo logra mediante una identidad en línea diseñada⁶ y en su elección de recreación y creación que ofrece el ocio mezclado con el tiempo productivo. De ese modo pretende constantemente autodefinirse, reivindicarse, experimentar y enfatizar su mundo personal que busca transformar su entorno.

Si los contenidos que circulan en las redes caben en el sentir popular y abarcan tendencias, pueden ejemplificar prácticas culturales contemporáneas de espacios de exhibición de los sentires popular e individual. Las conversaciones en línea contribuyen así a construir formas de entretenimiento y de política informadas y personalizadas.

El significado del #YoSoy132 fue en sus inicios la detonación del poder de convocatoria, registro, vigilancia y creación de opinión pública a partir de sus propios medios, así como la de creadores de acontecimientos gestados en red. Es decir, al exponer con sus prácticas hipermediáticas la manipulación mediática habituales en la política y los medios masivos, los actores sociales convirtieron el incidente de Enrique Peña en una lucha ciudadana por la dignidad. Y lo lograron elaborando sus propios medios de propagación, organización y significación.

La resonancia global que tuvo el #YoSoy132 se intensificó por su memoria transmedia, que se hibridizó con otras memorias y conflictos igualmente

⁶ Como se verá en el apartado sobre comunicación digital, el sujeto en las conversaciones en línea es alguien que configura su identidad y su espacio hipermedia desde el artificio. Las conversaciones en línea le permiten la reinención de sí mismo, así como una extensión de su persona.

interesados en promover la democratización subjetiva y social. Caracterizados por su apertura y mediatización, muchos de estos movimientos lograron cubrir necesidades de legitimación ante la opinión pública que los usuarios crearon. Su forma de organización inclusiva y vigilante sentó un precedente de las nuevas maneras de hacer política desde el ámbito íntimo y personal, con ayuda de las tecnologías que permiten conectarse e interactuar con otros.

Por lo tanto, el #YoSoy132 sintetiza una actividad comunitaria hipermedia que diseñó contenidos, programas de trabajo y formas culturales, con los que puso en evidencia a un gobierno que presumía de encabezar un estado de derecho, despojándolo de esas pretensiones ante el testimonio indiscutible de las “imágenes de la realidad” ciudadana.

1. Justificación

El #YoSoy132 exhibe un tipo de subjetividad cívica que contrasta con la de otros movimientos tradicionales, donde se revelan maneras características de experimentar la política y la subjetividad de sus actores sociales, simultáneamente. El pretexto de nuestro estudio de caso fue revelar estas formas de expresión cultural que acusan al *statu quo* de simulación democrática y buscan una ciudadanización del quehacer político. Pero lo que interesa en este trabajo es resaltar cómo la subjetivación en estos tiempos se ha mediatizado y personalizado, dadas las herramientas diseñísticas disponibles y la tendencia a alejarse de la noción estándar y masiva que las sociedades experimentaron en los tiempos de la industrialización. Se observa la distribución de subjetividades en las redes sociales como la última manifestación de la tendencia a la individuación de

los actores sociales actuales. De hecho, el activista en sí ahora conjunta su agenda con su persona, una especie de humanización de su quehacer político. Gracias al empleo del testimonio vivencial, el movimiento #YoSoy132 exigió mayor transparencia y equidad política en un clima mediatizado, ultraconectado, participativo y personalizado. En las conversaciones del #YoSoy132, se puede observar el deseo de autodeterminación de una sociedad informada, estructurada en red, con una fuerte cultura audiovisual semejante a las de otros movimientos globales por la dignidad. Esto es muy significativo si se toma en cuenta la coyuntura política que vive México, un país que se mantiene autoritario y carente de autocrítica en el empleo de poder.

Según Ackerman (2014), la desconfianza es un elemento primordial en una democracia. Es una forma de presión social para transitar hacia una verdadera transformación de las relaciones de poder, donde evolucione la sociedad. ¿Dónde se expresa esta desconfianza si los canales de comunicación oficiales presumen de ser transparentes? En las redes digitales. La opinión que encontramos en las conversaciones digitales le da un aire de “realidad” a los objetos que circulan en la red. Si ésta recibe respaldo social al lograr la participación por la interacción (sea una tendencia local o mundial) entonces estamos ante un contenido sensible que podría generar empatía entre los usuarios y, por lo tanto, crear una comunidad. De esta manera, si bien las formas de socialización que se están forjando en las redes digitales son efímeras, paradójicamente poseen un alcance sin precedentes que puede resultar en movimientos sociales, si son genuinas, es decir, si a nivel social, se aprecian reales o verídicas. La exposición de esta realidad permite a los usuarios negociar a nivel comunitario su sentido con miras a la autodeterminación

y organización social, buscando, mediante un compromiso compartido, una solución democrática. Tan es así que el uso de celulares para grabar abusos ya es considerado constitucional por especialistas en libertad de expresión, pues permite combatir la impunidad y está siendo tomado como evidencia en los procesos judiciales.⁷

Aunado a esto, los medios sociales digitales ofrecen oportunidades para la autorrepresentación de los usuarios. Como se detallará, aunque estos objetos digitales podrían o no tener una relación con la identidad personal de quien las emite, existe por vez primera el medio para exponerse públicamente sin intermediarios, además de contar con las mismas posibilidades de ser escuchado que cualquier otro, siempre y cuando cuente con una importante red dentro de su medio social para tener peso en las conversaciones.

Esta capacidad de autorrepresentación es muy importante para los usuarios, toda vez que están más y más inmiscuidos en una cultura de derechos y obligaciones. La posibilidad de experimentar su subjetividad e individualidad en las redes en línea permite su autodeterminación y autonomía en un contexto donde, mediante la reinención y creatividad mediática, buscan libertad. De esta manera, promueven prácticas democráticas no sólo en su persona sino también en cuanto a sus formas de compartirse con los demás.

Finalmente, es muy importante resaltar que los medios sociales se han posicionado como nuevas fuentes noticiosas. No es menor el hecho de que bajo el

⁷ Amparada por los artículos 6 y 7 de la Constitución, la documentación de abusos de autoridad por parte de la ciudadanía es una práctica cada vez más común en México. Con ella se refuerza la legalidad y, para efectos de esta investigación, se refuerza también la subjetividad de los usuarios en momentos de definición política y personal. Véase Alcántara, 2014.

duro escrutinio de los usuarios de medios sociales se estén impulsado cambios *de forma* en las dinámicas sociales en la nación (transmisión en cadena nacional del segundo debate de candidatos a la Presidencia de la República), *de fondo* (Twitter se vuelve el medio oficial para difundir información sobre los percances en torno a la explosión en la Torre de Pemex en enero de 2013, sustituyendo así a los medios informativos tradicionales e incluso a los comunicados oficiales) y *estructurales* (el narco amenaza y pone precio a administradores de las cuentas de Facebook y Twitter de “Valor por Tamaulipas”). En resumen, la comunicación en línea es más significativa que la comunicación tradicional porque se da sin intermediarios, provee de un “elemento de realidad” mediante las opiniones, valida el sentir comunitario mediante consumos atomizados⁸ y es ahora un medio informativo. Se podría afirmar que los medios sociales digitales están cambiando las dinámicas personales, sociales y estructurales, pero ¿hasta qué grado?

Los conceptos englobados bajo nuestro marco conceptual (comunicaciones digitales, comunidad y empatía) pretenden aportar al debate conceptual y metodológico la comprensión y análisis de las conversaciones en línea, que es donde se observa esta nueva subjetividad. Esto se hará mediante el estudio de

⁸ Término de Scolari (2013) para referirse a las diversas experiencias comunicativas que ofrecen los medios digitales. Según este autor, los hábitos de consumo mediático han cambiado de manera acelerada en fechas recientes, empezando por el hecho de que la televisión ha dejado de ser el foco monopólico de reunión familiar. Hoy es cada vez menos común ver a todos los miembros reunidos viendo un mismo programa. Los hábitos y comportamientos y los niveles de audiencia ya no se pueden medir “en términos televisivos.” Se especula que las redes sociales serán la nueva métrica cultural según la popularización de algún objeto comentado y en su capacidad de volverse tendencia, o en palabras de Nielsen, en su *tweetability* (su capacidad de tuiteo), a grado tal de que podría resultar ser tan importante como un nuevo medidor de audiencia.

caso del movimiento #YoSoy132, el cual puso en evidencia una realidad que resultó sensible a los demás usuarios. Posteriormente, por su caracterización mediática y su rol mesurado y “justo”, personificó un proyecto político que se vio truncado cuando su principal demanda fracasó, ya que no logró evitar el retorno del PRI a Los Pinos.

Sin embargo, la gran contribución que nos concierne es que proveyó un modelo hipermedia de participación. Los usuarios y agentes de cambio no tradicionales se involucraron en movimientos con mayor arraigo y propusieron formas de involucramiento cívicas, subjetivas y de una representatividad difusa, efímera pero efectiva.

En concreto, este trabajo se centra en develar cómo ocurre el proceso de subjetivación en el entorno web 2.0, y particularmente, qué aportan las prácticas de conversar en línea a esta subjetividad. Asimismo, la subjetividad reforzada en dichos intercambios contribuye a la formación de comunidades y a la creación de empatía. Centrado en el estudio de caso, se verá cómo se dan estos modos de organización, y cómo ello impacta a nivel personal y estructural respectivamente.

2. Preguntas de Investigación

Pregunta general: ¿Cómo se da la subjetivación de usuarios en las conversaciones en línea?

Pregunta 1: ¿Qué aportan las conversaciones en línea al desarrollo de subjetividad de los usuarios?

Pregunta 2: ¿Cómo contribuyen las conversaciones en línea a la formación de comunidades?

Pregunta 3: ¿Cómo se crea empatía en las conversaciones en línea de esta comunidad?

3. Objetivos

Objetivo general: Analizar los procesos que emergen de las conversaciones en línea y qué contribuyen a la subjetivación.

Objetivo 1) Analizar las aportaciones a la subjetividad observadas en conversaciones en línea mediante el estudio de caso del movimiento #YoSoy132.

Objetivo 2) Identificar cómo contribuyen las conversaciones en línea en la formación de una comunidad virtual, mediante el estudio de caso del movimiento #YoSoy132.

Objetivo 3) Examinar cómo se crea empatía en las conversaciones en línea en el caso del movimiento #YoSoy132.

4. Síntesis metodológica

Para resolver nuestras preguntas de investigación, este trabajo estudiará las conversaciones en línea para identificar la subjetividad en dicho contexto tecno-cultural mediante tres vertientes conceptuales:

1) Las comunicaciones digitales: las cuales abarcan los procesos dinámicos de representación de contenidos relevantes generados por los usuarios. En particular, se revisará: a) la construcción de identidad de los sujetos que conversan; b) el impacto que dicho medio produce tanto en el usuario como en la ecología mediática; c) las características que distinguen a dicho proceso y al producto híbrido de un medio analógico-cerrado. Las comunicaciones digitales se

caracterizan por la interactividad y conectividad al procesar datos computables, y sus productos son procesuales, dinámicos e intermitentes. De esta manera, se estudia la temática “del proceso del momento” (de eso trata la mediación) en un ámbito virtual y dinámico, que se expresa en muchos productos y procesos híbridos, es decir, en hipermediaciones.⁹ En el caso del #YoSoy132, veremos que las comunicaciones digitales ofrecen un modelo hipermedia de participación político-lúdico-ciudadana que está caracterizando las prácticas comunicativas de una sociedad atomizada y en vías de su construcción subjetiva-democrática.

2) La comunidad: Entendida bajo dos luces, como una red distribuida que permea contenidos y que permite una organización autorregulada, efímera y adaptable –por lo que posee un valor de funcionamiento: a mayor interconexión, mejor red–; y, por otro lado, como una práctica compartida en significado, donde los miembros-usuarios construyen su identidad y su sentido mediante la negociación discursiva en un escenario de compromiso mutuo. La comunidad se caracteriza también por entrelazar historias compartidas de aprendizaje, modos de práctica, estilos y experiencias. En ese sentido, veremos cómo el #YoSoy132 crea sus propias historias, memorias para seguir dando sentido a sus luchas y para difundir su propio imaginario que contrarreste el olvido y retroalimiente su causa. Veremos, además, el papel de la imagen digital como contenido emocional que

⁹ En el nuevo ecosistema comunicacional, este término se emplea para hablar de los procesos de los espacios participativos de comunicación masiva, donde el estudio se centra en la hibridación de lenguajes, la convergencia de medios, la reconfiguración de géneros comunicativos y/o literarios y la aparición de nuevos sistemas semióticos caracterizados por la interactividad y las estructuras reticulares, y los cuales plantean un panorama distinto a las mediaciones de las comunicaciones tradicionales.

refuerza los lazos, la identidad y el testimonio al personalizar la experiencia misma de un acontecimiento, basado en el formalismo y en convenciones audiovisuales para darle una lectura particular a dicho contenido.

3) La empatía: Entendida no sólo como la capacidad de interacción, sino también como la necesidad de compartir una causa. Veremos que la empatía es un rasgo indispensable para que los usuarios estén dispuestos a dejar fluir información. Esto mediante el reflejo obtenido de una “conciencia dramática y narcisista”¹⁰ que nos hace pensar en términos de medios y en términos de escenificaciones, de mensajes incluyentes y de padecimiento y comprensión del otro a nivel global. En el caso del #YoSoy132, veremos que la empatía se produce por el contagio emocional de contar con testimonios auténticos y autogenerados y, por lo tanto, moralmente superiores a aquellos provenientes de una fuente informativa u oficial.

Para observar la subjetividad en nuestro estudio de caso, procedimos a rescatar la línea de tiempo de vida del movimiento #Yo Soy 132 en Twitter y la dividimos en tres cortes. La recuperación de líneas de tiempo va en función de palabras clave y tuits destacados. El criterio de que aparezca un tuit como destacado radica en que sea popular, aunque no por ello es relevante. Es popular porque ha sido *retuiteado* y porque sobrevive al historial al ser puente con otras conversaciones, mostrando un ejemplo de tendencia de esos momentos. Recordemos que Twitter no le da prioridad a historiales, sino a tendencias, por lo tanto, lo más probable es que en el historial se encuentren conversaciones que

¹⁰ Rifkin, 2010. Véase también el apartado sobre empatía e interés colectivo en el ámbito digital.

tengan ambos elementos: *retuits* (que incluyen citas, réplicas, etcétera) y que forme parte de una tendencia.

Finalmente, de esta recuperación y división de tiempo, se identificaron las acciones más representativas y con ello se equiparó a la fluctuación de los imaginarios sociales según el comportamiento manifestado a lo largo del movimiento. Los imaginarios sociales son esquemas de representación que facilitan la comprensión de una forma del quehacer cívico basado en las categorías propuestas por López (1998) con respecto a las luchas sociales en México entre los años 70 y 90; y Pleyers (2013) con respecto a las olas de movimientos sociales alterglobales a inicios de 2010. Con esta abstracción esquemática del actor social, se pudo esbozar la subjetividad encontrada en el #Yo Soy 132.

Este trabajo se divide de la siguiente manera: El capítulo I señala los antecedentes de las luchas sociales alterglobales como preámbulo a nuestro estudio de caso, el cual se aborda posteriormente en el marco contextual. Además enumeramos los rasgos de la participación social nacional ocurrida en los últimos 30 años.

En el capítulo II, detallamos el contexto de nuestro corpus de análisis, las comunicaciones en una plataforma web 2.0. Además se define a Twitter como una red de contenidos abierta y se describe su papel social como espacio público/privado. Se narra el origen del #YoSoy132 como una forma de participación ejemplificada en una conversación mediatizada y global para generar conciencia social. Asimismo, se ofrecen datos sobre la situación tuitera en México en el contexto político-social del cual emergen dichos intercambios.

En los siguientes apartados construimos nuestro marco conceptual. Explicamos teóricamente el comportamiento de la subjetividad en línea mediante tres aristas: la comunicación digital, la comunidad virtual y la empatía. En el capítulo III, exponemos en qué consiste la mirada estandarizada, basada en el deseo promovido por la comunicación de masas. La contrastamos con el de la mirada multimedia, con capacidad de conectividad, interactividad y personalización en una plataforma web 2.0. Aquí se entiende al medio como una construcción diseñada que representa la identidad del usuario que vigila y es vigilado. El medio digital posibilita nuevos modelos de subjetividad donde el usuario externaliza su pensamiento y su capacidad de trascendencia. Su interacción se basa en las convenciones audiovisuales que facilitan la interpretación de mensajes y en la hibridación de géneros, productos y lenguajes audiovisuales.

El capítulo IV corresponde a la definición de comunidad virtual, dando cuenta de dos percepciones. La primera se refiere a la comunidad entendida como un contexto de sentido, compromiso y formas de participación en causas en común. En el #YoSoy132, esta causa era impedir el retorno del Partido Revolucionario Institucional (PRI) al poder y la democratización de los medios. La segunda percepción es entender el concepto de comunidad como una red de propagación y de organización. En nuestro estudio de caso, el #YoSoy132 funge como un modelo hipermediático colaborativo que negocia sentidos públicamente y crea campañas críticas y emocionales para influir en la opinión pública local y globalmente. Veremos también como la profesionalización de contenidos promueve el reforzamiento comunitario al proveer lecturas que se pretenden

propagar en la red. El movimiento es finalmente apreciado como una comunidad estética (Galindo y González, 2013), dado su comportamiento y consumo mediático.

El capítulo V habla de la importancia de las interpretaciones compartidas para desarrollar empatía (Rifkin, 2010). Para ello, se valora el papel de la cultura audiovisual que poseen los usuarios en su construcción de contenidos para escenificar mensajes. La socialización que permiten las tecnologías ha dado lugar a una normalización de las diferencias en términos de convivencia, tales como tabús sociales o el conocimiento de experiencias íntimas en primera persona. Gracias a la capacidad y disposición a mediatizarse de estas generaciones, permea una conciencia dramatúrgica y narcisista, estados mentales donde el drama y la telerrealidad son artificios para conducirse a nivel social. Esta empatía lograda por la homogeneización cultural que aportan las comunicaciones en Internet fomenta que los usuarios busquen, simultáneamente, la fama y el cambio social. Dicha sensibilidad empática se ejerce sobre todo en el testimonio mediatizado y performativo que vemos en nuestro estudio de caso. Éste consiste en generar acontecimientos y noticias sin el alejamiento “objetivo” que los medios masivos y profesionales suelen dar a la noticia. En este caso, los simpatizantes del #YoSoy132 son, al mismo tiempo, productores de noticias y protagonistas de la nota informativa. En este capítulo también se habla de la imagen profesional que aporta formalismo y emoción, así como de la imagen testimonial, originada por aficionados y que se caracteriza por reportar la realidad, aportando transparencia y superioridad moral. En nuestro estudio de caso, la imagen testimonial de las redes sociales creó empatía porque los contenidos circulantes son memorias de

autosuficiencia cívica basadas en testimonios.

El capítulo VI se refiere al procedimiento metodológico para analizar las conversaciones del #YoSoy132. Ahí damos cuenta de la división del movimiento en tres periodos clave para la identificación de las acciones más representativas. Posteriormente, estas acciones se equiparan con imaginarios simbólicos de formas de ciudadanía según la historia reciente en México. Estos referentes cívicos enarbolan formas particulares de subjetividad que aparecen en el #YoSoy132 y que ya habían sido documentados en movilizaciones sociales anteriores (López, 1998), pero dado que hay nuevos actores y contextos (la información en tiempo real sin mediaciones y proveniente de las conversaciones en las redes sociales, la cultura mediática digital, el trabajo en red y la empatía ante la otredad de los testimonios “de gente ordinaria”), emerge una nueva forma de ciudadanía que coexiste con las subjetividades cívicas previas. Se ejemplifican en tuits representativos de cada momento y acorde a un tipo de subjetividad cívica.

El último capítulo corresponde al análisis y la discusión de la investigación. Se detalla la triangulación conceptual de las comunicaciones digitales, con la noción de comunidad y empatía en las conversaciones en Twitter ocurridas en los tres momentos analizados respecto al movimiento originado en la Universidad Iberoamericana. Se observan los comportamientos más característicos de cada momento analizado para determinar el grado de empatía o comunidad experimentada y de ese modo evidenciar el cambio de los usos comunicativos de los contenidos creados en concordancia con la transformación del movimiento. Finalmente, en las conclusiones se detallan las respuestas a las preguntas

planteadas que dieron origen a esta investigación, así como las limitantes del mismo.

I. Antecedentes: de la opinión con conciencia social a la subjetivación y la tecnopolítica

La literatura sobre las conversaciones en línea que pretenden generar conciencia social consiste, en su mayor parte, en estudios de caso de redes sociales empleadas en las movilizaciones ocurridas en varias partes del mundo, dentro de la esfera de acción de los llamados movimientos globales alternativos, o el altermundialismo. Estudiada desde la sociología, la alterglobalidad se refiere a la búsqueda de una *justicia global*, donde es la iniciativa civil e individual la que propone alternativas a una globalidad neoliberal (Pleyers, 2013). La organización en red, la generación de contenidos por parte de los usuarios para impactar a la opinión pública y la amplia difusión que tienen dichos contenidos propician que las conversaciones en línea se mantengan relevantes como índices visibles de los procesos de democratización que se gestan regionalmente y que pueden impactar globalmente. Son indicios visuales de participación y tendencias de pensamiento generadas en un momento particular.

Por su parte, el perfil del sujeto que conversa en línea es muy particular: posee una creciente conciencia de sus derechos, busca defender su proceso de individuación y, además, procura una transnacionalización de sus causas. Es un sujeto crítico de las prácticas culturales, tanto de luchas sociales pasadas como de las que existen en contextos recientes, por lo que su referencia de la historia no es cronológica ni lineal, sino latente, ultraconectada y basada en las fuentes digitalizadas disponibles para contribuir a la memoria histórica construida

socialmente.

Por su parte, las conversaciones en línea son contenidos multimedia que se caracterizan por ser un territorio dinámico de cooperación, que regula y visualiza la opinión social. Además, su audiovisualidad rescata un elemento distintivo: la emotividad de contenidos generados tanto por usuarios como por profesionales. De esta manera, la creatividad social se hace presente, dando lugar a toda una galería de prácticas de subjetivación mediante el diseño de contenidos y de perfiles/identidades.

La subjetivación como indicio de autodeterminación de los actores sociales mantiene una relación moral con respecto a las publicaciones y la proliferación de emociones. Este estatuto moral se explica a la luz de aquellos movimientos digitales que comparten experiencias que se vuelven colectivas, o esos estados de ánimo que se contagian porque son "auténticos": los usuarios que comparten contenidos representan sus intereses solamente, por lo que compartir un testimonio debe entenderse como un acto espontáneo, verídico para el usuario o sin trucaje ni aparente ideología. Por tanto, el poder de organización no se reduce a sumarse a tendencias en Twitter, hacer *memes*¹¹ o participar en convocatorias que promueven cambios de índole cultural, sino que conlleva una reivindicación del sujeto con respecto a su entorno. Es así que el medio impacta experiencialmente la noción de trascendencia del sujeto, pero si esta sensibilidad se comparte con otros, podría impactar a nivel cultural las prácticas y formas de conocimiento social.

¹¹ Construcción multimedia de usuarios que participa de un fenómeno viral en Internet, usualmente con humor.

Entre los investigadores que han analizado estudios de caso sobre las conversaciones en línea para crear conciencia social, enmarcados en un contexto global, están Pleyers (2013), Toscano (2011, 2013), Toret (2013), Van del Velde (2013) y Boëx (2013).

Pleyers (2013), activista y teórico de los movimientos altermundiales, asegura que las movilizaciones recientes convocadas en los medios sociales son los escenarios para experimentar empíricamente las exploraciones democráticas que la juventud quiere encarnar. Dichas experiencias parten usualmente de contextos precarios, pero de fácil acceso a medios tecnológicos, y se caracterizan por el contagio entre usuarios de una creciente conciencia de derechos. De esta manera, los activistas se vuelven actores en contextos específicos, que comparten gracias a los medios. Ellos parten de su propia subjetividad, creatividad y coherencia interna para crear redes de solidaridad con causas comunes. Entre los movimientos que Pleyers (2013) ha estudiado se encuentra el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) –considerado el primer movimiento global¹² en búsqueda de la dignidad–, los Indignados y el #YoSoy132.

Toscano (2011), por su parte, involucrado en el llamado Movimiento Violeta y en el “No Berlusconi Day” (realizado en diciembre de 2009, en Italia), asegura que la manifestación en red confirma una crisis de la representación clásica de

¹² Como primer estudio de caso caracterizado por la convocatoria global, el movimiento chiapaneco fue pionero en incorporar nuevos espacios públicos. Según López (1998), en lugar de llamar a los tradicionales movimientos populares –que serían sus aliados históricos–, el EZLN apeló a un nuevo interlocutor: la ciudadanía. Con el zapatismo se diluye el componente popular del imaginario ciudadano y cobran relevancia la ciudadanía cívica y las ONG de derechos humanos. Es uno de los primeros movimientos caracterizados por una visión transnacional y local a la vez.

partidos y sindicatos, es decir, de los actores sociales históricos de conflictos sociales (Wierviorka, 2007). El Movimiento Violeta se caracterizó no sólo por nacer en Internet –sobre todo en Facebook–, sino por estar constituido por ciudadanos que se adhieren al movimiento sin necesidad de estructuras colectivas organizadas, tales como asociaciones, partidos o sindicatos. Sobre todo, se distingue por actuar como una demanda ética: los derechos que aseguren la libertad, la solidaridad, el reconocimiento del otro, el respeto y la afectividad. Lo mismo caracteriza a las movilizaciones surgidas en los meses y años siguientes: las de los países del Magreb, como Túnez y Egipto, los Indignados en España o el movimiento #OccupyWallStreet. En todas ellas destaca la presencia masiva de jóvenes organizados a través de los medios sociales y digitales, que demandan una mayor democratización. Usualmente, sus actitudes denuncian a la vez la ausencia de estructuras tradicionalmente organizadas en partidos, asociaciones y sindicatos.

Toret (2013) acuña el término *tecnopolítica* para explicar el empleo de las redes sociales en la organización en red, en la difusión emocional y en la significación cultural de las acciones que se llevaron a cabo durante la experiencia de Los Indignados, también conocido como 15M en Madrid y otras ciudades españolas. Toret, activista e investigador, asegura que **la red debe entenderse como una forma de organizar la política mediante campañas en Internet para intensificar los estados emocionales y para incitar la participación. La *tecnopolítica* se puede explicar como un fenómeno que enfatiza el sentir comunitario al crear un valor mediante prácticas emocionales y cognitivas compartidas e intensificadas en un momento coyuntural.**

Van del Velde (2013), por su parte, habla de experimentar la democracia de manera local mediante una autorreflexividad permanente en el proceso que va de la juventud hacia el devenir adulto. Nociones como la integridad y la necesidad de vivir modos más satisfactorios pone en relieve el hecho de que los problemas de las juventudes en diversos contextos tienen mucho en común a pesar de las distancias geográficas y culturales. Las conversaciones en línea evidencian esto, sobre todo al exponer comparativamente las expectativas y formas de vida mediatizadas. Estos sujetos pertenecen a una generación caracterizada por la crisis, la cual afecta sus elecciones de vida en un contexto ultraconectado que afronta un devenir cada vez más complejo.

Por otra parte, el término de *Global Communications Studies* se refiere al estudio de contenidos generados por usuarios en línea en un ámbito hipermedia. Esta rama del conocimiento hace énfasis en el papel de los medios digitales en contraposición a los medios tradicionales, sobre todo al compararlos con el periodismo. Establece asimismo que mediante estudios de caso se pueden identificar los cambios sufridos en los medios de comunicaciones digitales en un contexto global. Los estudios de *Global Communications* pueden entenderse también como la redefinición del papel del periodismo en términos del contenido generado por usuarios.

Boëx (2014) es una cineasta e investigadora que ha analizado los videos pertenecientes a la llamada Primavera Árabe. De acuerdo con ella, estas imágenes de aficionados generan un nivel comunicativo sumamente comprometido. El usuario –que podría incluso perder la vida al grabar su testimonio– logra una nueva gramática de la narrativa sobre rebeliones. Estos dos

elementos –el testimonio indiscutible y la escenificación espontánea que testifica un hecho “injusto o indignante” usualmente violento (narrado en primera persona y que puede ser mortal para el productor)– plantean a los demás usuarios la disyuntiva moral de afrontar la “verdad” expuesta sin aparente ideología. El gran conflicto que implica trabajar con dicho material es evidente, pues muchas veces es imposible verificar la fuente, así como su volatilidad. Por lo tanto, para construir un sentido del contenido, deben establecerse parámetros de contexto, más que de verificación de origen.

Boëx (2014) asegura que muchos contenidos en línea que denuncian actos violentos, de impunidad o corrupción, tienen una implicación moral para quien los testifica, los graba y posteriormente los comparte. El mirar un acontecimiento así en Youtube, ya en distancia, impacta emocional y profundamente a los consumidores, pero ellos requieren, asimismo, la objetividad de los medios tradicionales para poner en perspectiva el significado de dicha grabación.¹³ Al exponerse a estos materiales generados por usuarios de a pie se podría establecer un compromiso moral y emocional que permitiera cuestionar el proceso democrático propio. Sin embargo, esto se debe investigar a profundidad.

Todos estos antecedentes académicos colocan a los estudios de caso como ejemplos de procesos de subjetivación que emplean las redes sociales. Sin embargo, no hay estudios que analicen la importancia de la empatía como forma de socialización y del sentir comunitario (entendido como una red) para la

¹³ Véase Papadopoulos, 2013, donde se discute que exponerse a material audiovisual violento compromete emocionalmente al espectador, pero no necesariamente lo incita a participar. La falta de iniciativa para formar parte de una lucha compartida en redes se debe a que se requiere del medio tradicional para darle una lectura de veracidad.

interacción social en una era *técnicamente* global. Tampoco los hay respecto al ámbito de las conversaciones digitales donde interactúan en un espacio virtual el trabajo y el ocio. Menos aún se ha demostrado el papel que el diseño tiene en estos procesos de individuación, tanto para los sujetos, como para su entorno cultural.

La imagen digital que usamos al conversar en línea es receptora de las prácticas diseñísticas y proviene de dos fuentes. Por un lado, tenemos la imagen profesional, que es la que domina y sintetiza las tradiciones y convenciones culturales previas, aunando al grado de sofisticación que la manipulación digital permite. Por otra parte, está la imagen que captura el aficionado, sobre todo aquella que testimonia un evento, o bien, la que pretende producir un testimonio “espontáneo”, a veces en condiciones extremas. Esta imagen suele comprometer emocional y moralmente al receptor, aunque no necesariamente derive en una acción. Es en la interacción, producción y reapropiación de la imagen digital donde creemos que mejor se revelan las formas de subjetivación en la actualidad.

Si bien las conversaciones en línea son un reflejo de los procesos democráticos a nivel experiencial y local-global, debe tomarse en cuenta el contenido que procura este proceso democrático. Es decir, cuál es el tipo de conversación que genera una conciencia de derechos y de autodeterminación. Para responder, tienen que clasificarse los tipos de intenciones existentes al conversar.

Existen tres tipos de conversaciones según sus intenciones: a) la charla casual, que es la más frecuente y la que se procura para reforzar u obtener lazos; b) la charla con fines desinformativos, que también es muy socorrida en las redes

y se caracteriza por ser provocadora, de culto a la persona y por no aportar nada a la conversación; y, finalmente, c) la conversación que pretende crear conciencia social y defender el interés colectivo. Este último tipo aporta elementos para seguir conversando y, a la vez, genera vínculos para obtener aliados; por ello es la base para crear opinión pública y espacio público. En ella recae el interés de los sujetos en crear un proyecto político dentro del proyecto de democratización, mediante la socialización de ideas, imaginarios simbólicos comunes y la participación de nuevos agentes de cambio, a saber, la ciudadanía atomizada.¹⁴

1.1 La opinión como generadora de conciencia social en México contemporáneo

En México, las conversaciones para crear conciencia social se pueden hallar en la construcción de imaginarios simbólicos de ciudadanía a partir del sismo en la capital en 1985, y del llamado fraude electoral de 1988. Estos acontecimientos propiciaron formas de participación social que pueden dividirse en dos tipos de

¹⁴ Como se comentó, propio de estos tiempos es el fácil acceso a consumos audiovisuales personalizados y basados en nuestras preferencias. Desde hace unos años se fue cerrando así una era mediática de consumo masivo compartido por generaciones enteras (pensemos en programas icónicos de la televisión mexicana como *24 horas con Jacobo Zabludovsky* y *Siempre en domingo*, o programas radiofónicos como *Pioneros del rock*), para pasar al consumo masivo atomizado, es decir, el que es elegido por el usuario según su tiempo, dispositivo, espacio y servicio contratado. En términos sociológicos, el agente de cambio tradicional era personificado por el campesino, el sindicalizado, el profesor, el luchador social, entre otros. Hoy en día, la ciudadanía es el nuevo agente de cambio, cuyo consumo de la oferta cultural es personalizado. Este agente de cambio se difumina en individuos que procuran subjetivizarse y destacar sobre la uniformidad social de la modernidad. Estos individuos se asumen como parte de una cultura cívica que procura la reforma por encima de la revolución, presumiblemente, porque rechazan las manifestaciones nuevas de radicalismos y terrorismo. De esta manera nos referimos al ciudadano atomizado, es decir, al nuevo agente de cambio cuyos consumos culturales están personalizados.

propuesta ciudadana: una popular y otra cívica (López, 1998). La popular basó su identidad en la acción barrial y la defensa de la vivienda, mientras que la cívica apostó por una presencia de individualidades y la sumatoria de Organizaciones No Gubernamentales (ONG), que buscaron institucionalizarse y promover formas de organización política más equitativas, logrando así elecciones limpias por vez primera a finales de los años 90.

Estas dos expresiones de sujetos políticos que López (1998) caracteriza como popular y cívica venían de un contexto autoritario bajo el régimen priísta. Efectivamente, según Salmerón (2014), la represión de dicho gobierno era tan usual que desde 1947 hasta 2000 contabilizó al menos un acto de violencia por año. Con tal de perpetuar su poder y dispuesto a reprimir cualquier cuestionamiento desde la ciudadanía o la incipiente oposición política, el PRI incurrió en prácticas de abuso institucional. Entre ellas estaba la tortura de contrincantes, por ejemplo al potosino Dr. Salvador Nava, o desapariciones forzadas (sobre todo durante la llamada *guerra sucia* en las décadas de 1960 y 1970, así como el llamado "Halconazo"). La desaparición y muerte de activistas como Demetrio Vallejo, Valentín Campa y Lucio Cabañas; matanzas multitudinarias como las ocurridas en Tlatelolco en la Ciudad de México en 1968, en Aguas Blancas, Guerrero, en 1994, y en Acteal, Chiapas en 1997, entre otras. La desaparición de 43 jóvenes normalistas de Ayotzinapa, Guerrero, a finales de 2014 es el más reciente ejemplo de actos de violencia durante el gobierno federal priísta (y con un gobierno local del Partido de la Revolución Democrática, PRD).

Sin embargo, con el histórico triunfo de la derecha, al ganar el Partido Acción Nacional en 2000, la ciudadanía no necesariamente emprendió una vida política

más libre. De hecho, las formas de expresión democráticas más representativas durante la primera década del siglo XXI, como son la ciudadanía, elecciones limpias y la acción colectiva, se desarrollaron de manera desigual durante la llamada alternancia política.

Por un lado, las elecciones fueron limpias por vez primera, con la creación del Instituto Federal Electoral (IFE); sin embargo, la acción colectiva se radicalizó al encerrarse en sus demandas y ser impulsada por viejos actores sociales que ya no encarnaban las demandas sociales, sobre todo cuando la sociedad estaba siendo fragmentada por las consecuencias del libre comercio.

Por otra parte, la gobernabilidad que ofreció la alternancia en el poder demostró ser ineficaz y muy negativa, sumiendo al país en una ola de violencia jamás antes experimentada y con consecuencias sólo comparables con países en guerra. Con ello, al incrementarse la ingobernabilidad, regresó la criminalización de la protesta social. Además, la práctica de democratización poco tenía que ver, si no es que nada, con los movimientos sociales surgidos en aquella época, los cuales se caracterizaron por su radicalismo y falta de autocrítica (la huelga de la UNAM en 1999, el conflicto de San Salvador Atenco en el Estado de México en 2004, el movimiento de la Asamblea Popular de los Pueblos de Oaxaca, APPO, en 2006), o bien, fueron protagonizados por líderes de fuerte arraigo popular como Andrés Manuel López Obrador u otras fuerzas de izquierda con prácticas igualmente antidemocráticas. Por si fuera poco, el PRI regresó al poder en 2012. El agente social-cultural y colectivo de ciudadanización sufrió un retroceso a pesar de su triunfo inicial al inaugurar el milenio. Dicho en otras palabras, se ciudadanizaron las estructuras políticas, pero las elecciones posteriores no

lograron conservar la confianza de que se gozó en un inicio, ni las movilizaciones sociales respondieron a las nuevas necesidades culturales, pues no fortalecieron a la democracia.

No obstante, la ciudadanía como agente individual sí se desarrolló de manera positiva en términos de la práctica de la crítica, la autocrítica y la difusión. La ciudadanía se vio beneficiada al volverse cada vez más visible, sobre todo por la creciente cultura de la conversación que proveyeron los medios sociales digitales a finales de la primera década del siglo XXI. La opinión, la adherencia a algún movimiento o comunidad, así como las herramientas de diseño para personalizar las experiencias en las conversaciones y sucesos (no sólo volviéndolas cercanas, sino verídicas), contribuyeron al cambio cultural que caracteriza a los nuevos movimientos sociales. Como aquellos que emplean tecnologías de comunicaciones para coordinarse en torno a nuevas demandas culturales y democráticas a nivel mundial, basadas en la mediatización y personalización del testimonio.

Los contenidos generados por los usuarios (*User Generated Content*) deben entenderse como el centro de este espacio ciudadano-consumidor. Por tratarse de contenidos de conciencia social creados por mecanismos propios, inciden en la democratización personal de cada usuario, en la medida en que participan a la vez en la construcción de la presión social de una tendencia o conflicto. Por lo tanto, la democratización va en dos sentidos: el primero, como resultado de la subjetivación experimentada por el actor social en su vida personal –reflejada en su espacio hipermedia, personalizado– y, el segundo, en el sentido cultural/social que impacta su círculo o comunidad.

En ese orden de ideas, los movimientos globales que han empleado las redes sociales para crear conciencia social son antecedentes directos del estudio de caso #YoSoy132. Es decir, el movimiento español de Los Indignados, con su movilización emocional y sus campañas de masa crítica, fomentó estados organizativos, cognitivos y anímicos colectivos que prepararon a la sociedad española a tomar las calles. Éstos, a la vez, se inspiraron en gran medida en las imágenes circulantes de la Primavera Árabe, que logró no sólo contagiar emocionalmente e incidir en el activismo de muchos españoles, sino preparar el terreno para el activismo mediático globalizado (es decir, vuelto transnacional) y de nuevas prácticas de tecnopolítica con una misma sed de justicia global: tales son los casos de *#OccupyWallStreet* a finales de 2011, México en mayo de 2012 o de Turquía en el verano de 2013, entre muchos otros. Así, las imágenes de los mártires árabes alimentaron un nuevo imaginario simbólico revolucionario que alberga la esperanza de que sí se puede derrocar un sistema impositivo y autoritario, mediante uno propio local-globalizado, el emergente, que lo conforman los usuarios del sistema-red. De esta manera, se vuelven los nuevos íconos de la rebeldía en tiempos de la web 2.0.

II. Marco contextual: web 2.0 y las redes sociales

La web 2.0 es una plataforma que permite compartir contenidos en línea de manera dinámica. Contrario a la World Wide Web (o la web versión 1.0), donde la información era estática, con la 2.0 se logra una mayor interactividad en tiempo real y una constante personalización de aplicaciones para participar en la creación

de contenidos basados en la colaboración. En dicha plataforma, la socialización es la premisa más importante; por esta razón las redes sociales digitales mantienen la idea de la comunidad como plataforma, una especie de arquitectura *beta*¹⁵ basada en la interacción y la adaptación permanentes.

Twitter es, como la mayoría de las redes sociales, una red abierta de contenidos de uso personal e interacción individualizante. Las redes sociales distribuyen al sujeto¹⁶ y le facilitan experimentar su subjetividad en un espacio virtual. Las conversaciones en línea tienen la particularidad de ser un escaparate visual: ofrecen un contexto público para mostrar tanto los intereses de los sujetos como su intimidad, simultáneamente. A dicha plataforma se puede acceder desde cualquier dispositivo y las conversaciones en línea que tienen lugar en ella se entienden como una extensión del espacio personal y público del usuario.

Si bien en Twitter existe la vinculación mediante la socialización de contenidos, no es esa su finalidad, sino la vinculación de contenidos con contenidos. De esta manera, un tuitero podrá humanizar su línea de tiempo (es decir, personalizar sus interacciones y objetos compartidos), pero el tráfico funciona sin que necesariamente haya una interacción. No ocurre así en Facebook, cuyo diseño se basa en la vinculación de contenidos mediante la socialización, dado que existe una relación entre usuarios. Su consumo es

¹⁵ Es decir, cimientos digitales en constante transformación; de ahí el término *beta*, en alusión a su carácter de prueba.

¹⁶ Las redes sociales permiten a los usuarios manifestarse de manera ubicua, interactiva y con conectividad. Ver el capítulo correspondiente a las comunicaciones digitales, en el sub apartado del diseño del sujeto que conversa.

primordialmente social y de validación comunitaria.¹⁷

La interacción en Twitter se da mediante el "*retweet*", la indicación como "favorito", la réplica o generación de contenido. En Facebook, en cambio, la interacción se expresa en *likes* (cuya función de popularidad se asemeja a la del "favorito"), en el acto de compartir y en la creación de comentarios.

En Twitter los vínculos entre los usuarios son vistos como indicadores de "celebridad" ("seguidores" y "seguidos por"), dando un carácter mercadológico y alienante a la relación, en contraste con otras redes sociales donde el trato entre usuarios presume ser más equitativo (en Facebook, por ejemplo, al usuario se le llama "amigo"). Además, no requiere de invitación o aceptación para permitir el intercambio entre usuarios, volviendo el trato más abierto.

Para conversar en Twitter se requiere de capacidad de síntesis, lo que promueve formatos de comunicación instantánea que producen una expectativa de gratificación en el momento y, adicionalmente, permiten agrupar las conversaciones de acuerdo con "tendencias". Se ejercita así una capacidad de selección constante de contenidos y una mirada crítica a la sobreoferta informativa, dado que las fuentes no siempre son verificables. La verificación va en otros sentidos también: Twitter –y cualquier red social– plantea problemas de derechos de autor o de libertad de expresión responsable, dado el anonimato. Sin embargo, coloca efectivamente a los usuarios en una capacidad de diálogo mediático de igual a igual, cualesquiera que sean sus perfiles: funcionarios,

¹⁷ De hecho, en Twitter no es fácil acceder al historial del usuario, mientras que en Facebook lo importante es visibilizar todo el comportamiento social/comunitario. Twitter se enfoca más bien en las interacciones del momento, es decir, en las hipermediaciones.

servicios, marcas, instituciones, figuras públicas, o usuarios/consumidores. La agrupación de los contenidos de las conversaciones según etiquetas o tendencias (#) implica que si las participaciones en torno a ellas son muy numerosas, las más influyentes del momento –en términos de popularidad– se colocarán como referencias de conversación a nivel regional. Sin embargo, el que sean muy populares no necesariamente significa que sean relevantes. De hecho, como en todos los medios informales y democráticos, las conversaciones en línea se caracterizan por ser lúdicas, creativas y entretenidas, incluso si pretenden crear conciencia social.

De esta manera, al conversar en esa red, los usuarios fungen como medios estético-afectivo-informativos que, además, gestionan su reputación precisamente mediante formas de poder no convencionales: el humor y la crítica o la provocación. Dado que exacerban su condición de “ciudadanos comunes y corrientes”, usuarios sin “nada que perder”, gente “no seria, ni pública”, sino “real”, pero con una conciencia mediatizada y dramática, los tuiteros se escenifican o se ponen en escena de una manera autorreflexiva (con plena conciencia del artificio de su representación) y autogenerada. Por lo tanto, crean sus propias versiones de convenciones mediáticas para volverse ellos mismos medios y figuras públicas.

En términos mediáticos, ¿qué implica conversar en Twitter? Según Warkentin (2011), las redes sociales fomentan un “ciclo de comunicación de 360 grados”, lo cual es una forma de comunicación sin precedentes en la historia de la humanidad. Este ciclo consiste en el reciclaje de los medios y los contenidos en tiempo real, de manera simultánea, fragmentada y sin fronteras. Es decir, implica

registrar un acontecimiento como contenido, que luego inicia su circulación en una red social, para luego pasar a ser noticia en la radio, la televisión y nuevamente en las redes, con lo que realimenta la información¹⁸ de manera dinámica y la enriquece al hacer, en distintos contextos digitales, diversos canales, productos y muestras a partir del mismo acontecimiento.

¿Quién es quién en Twitter en México? De acuerdo con GlobalWebIndex (2012),¹⁹ en nuestro país la comunidad de tuiteros supera los 11.7 millones de usuarios, ocupando el segundo lugar en América Latina en número de usuarios activos. De éstos, según la AMIPCI,²⁰ el 67% accede a su cuenta diariamente (Juárez, 2012), mientras que el 83.9% lo hace desde un dispositivo móvil (Perezdoble, 2014).

El mismo estudio, en su edición de 2012, revela que, en términos de consumo, el 45% de los internautas que usan redes sociales admite haberse visto influenciado en sus decisiones de compra por seguir una marca en dichas redes.

Vale la pena mencionar las cuentas de Twitter con mayor influencia en México, las cuales evidentemente revelan las preferencias de los mexicanos con respecto a contenidos diversos, pero divulgados por fuentes particulares. Según un listado publicado por Twitter-Mexico.com, la cuenta con más seguidores (poco menos de 7 millones), es @Anahi, de Anahí, cantante pop mexicana y actual novia de Manuel Velasco, gobernador del estado de Chiapas.

En segundo lugar está @paurubio, de Paulina Rubio, cantante pop

¹⁸ Conferencia parte 2, 2012.

¹⁹ Sánchez, 2012.

²⁰ Juárez, 2012. Según este mismo estudio, dos años después, el acceso desde el teléfono móvil ha incrementado casi en una tercera parte. Véase Perezbolde, 2014.

mexicana, con poco más de 6 millones de seguidores. En tercer lugar se encuentra @ChespiritoRGB, cuenta oficial del fallecido Roberto Gómez Bolaños, actor y productor del personaje *Chespirito*, con cerca de 5 millones de seguidores.

Los primeros 15 lugares de este listado son ocupados por personajes de la farándula y de los medios. De hecho, el único periodista entre ellos, en la posición número 15, es Carlos Loret de Mola, de Televisa, con poco más de 2.5 millones de seguidores en su cuenta @CarlosLoret. A su vez, Enrique Peña Nieto (@EPN) cuenta con poco más de 1.5 millones de seguidores y se encuentra en la posición número 30.

En una lista que sólo incluye a tuiteros periodistas,²¹ después de Carlos Loret de Mola están Joaquín López Dóriga y Adela Micha, quienes con poco más y poco menos de 2 millones de seguidores, respectivamente, ocupan los lugares segundo y tercero. A su vez, la periodista Carmen Aristegui, quien goza de credibilidad en los medios masivos, particularmente en el ámbito radiofónico, ocupa las posiciones 7 y 8 con la cuenta de CNN (@aristeguicnn) y la de Aristegui Noticias (@AristeguiOnline), que tienen un millón y poco menos de un millón, respectivamente.

Las plataformas web 2.0 que se popularizaron desde mediados de la primera década del año 2000 fueron elemento clave del contexto en el que surgió, en

²¹ Resulta interesante contrastar la información de 2012 con la de finales de 2014: Para esta última fecha, López Dóriga se encuentra a la cabeza con más de 4.4 millones de seguidores, seguido por Loret de Mola, quien tiene poco más de 4.3 millones de seguidores. En quinto y sexto lugar, respectivamente, están las cuentas de Aristegui, @AristeguiOnline y @aristeguicnn, con casi tres millones de seguidores la primera y poco más de 2.5 millones la segunda. Ver Twitter-Mexico.com, 2014.

2012, el movimiento #YoSoy132. Y es que dieron a los usuarios oportunidad de expresarse sin intermediarios, con un potencial de difusión como nunca antes lo hubo. Sin duda, como espacio de la gente, las redes dieron continuidad a esta percepción de sospecha en la política, alimentando la participación mediante representaciones ajenas a la vía institucional. Dado que las redes sociales son un espacio público y privado, y además son intercambios en tendencia, por lo que resulta natural que un movimiento como #YoSoy132 emergiera en un contexto electoral. Según Aziz (2013):

La aparición del movimiento estudiantil a la mitad de la campaña con un fuerte rechazo al *statu quo*, representado por el Partido Revolucionario Institucional (PRI), y el Partido Acción Nacional (PAN), abrió una variable que afectó la dinámica de un triunfo inevitable del candidato tricolor. Al aumentar la competencia, se intensificó la incertidumbre y, en esta ocasión, subió el nivel de participación. (p.10).

II.1 Origen del #Yo Soy 132

El fenómeno mediático que posteriormente se conoció como #YoSoy132 tuvo sus inicios en diversas plataformas sociales de la web 2.0, así como en medios más tradicionales como la radio o el periodismo crítico. Por ejemplo, la movilización en torno al incidente en que un grupo de estudiantes manifestó su repudio al entonces candidato presidencial Enrique Peña Nieto en la Universidad Iberoamericana, el 11 de mayo de 2012, fue narrada prácticamente en tiempo real tanto por la radio universitaria Ibero 90.9FM, como por las redes sociales. A lo largo de los siguientes meses, tanto esas redes como los medios masivos dieron

cobertura y validaron al #YoSoy132. Esto no sólo permite contrastar las posturas de los medios masivos con las presentadas en los llamados medios sociales, sino evidenciar el interés mediático suscitado por un fenómeno nacido de la horizontalidad de las conversaciones en línea (y que, por lo tanto, se considera como opuesto a los medios masivos por ser estos últimos “oficiales”). Además, ejemplifica la tendencia a la hibridización de los medios masivos con los “democráticos” en términos de cobertura, cuyo resultado es la amplificación del fenómeno cultural (Pleyers, 2013). Para efectos de este estudio, nos enfocamos al desarrollo del movimiento "#YoSoy132 en las conversaciones en Twitter, donde nuestro eje rector será observar una subjetividad cívica distinta, sin precedentes en el México contemporáneo.

Como ya mencionamos, para poder identificar las formas de subjetividad ejercidas en el movimiento, se rescató la línea de tiempo correspondiente al #YoSoy132 en Twitter. Nuestros observables son capturas de pantalla que ejemplifican la conversación, y ésta muestra a su vez la evolución de la subjetividad cívica presente a lo largo de la historia del movimiento. Para ello, la línea de tiempo fue dividida en tres momentos clave, división que ayudó a identificar las acciones más importantes, las cuales se resumen en la tabla 1.

Uno de los rasgos del sujeto político observados en el #YoSoy132 es una subjetividad que aspira a la cultura de derecho. Y es en la ciudadanía donde se establece la transformación de lo público con dicha cultura. La defensa de derechos se fundamentó desde los años setenta y ochenta del siglo pasado, gracias a la influencia de grupos cristianos en el activismo, así como de organizaciones no gubernamentales (ONG) que dotaron a la ciudadanía un legado

que López llama “popular. Con la defensa de los derechos humanos cobran aún más relevancia las nociones de democracia y de régimen democrático, de las que tanto se habló durante los años noventa. Sobre todo cuando la democratización, como bien apunta López (1998), solo se logró en términos de estructuras electorales para dar lugar a una competencia partidista más justa, es decir, a una ciudadanización de la política. Este mismo autor (2013) ha sugerido pensar el #YoSoy132 como un segundo paso de aquel proceso, es decir, como un intento por ciudadanizar a la sociedad.

López (1998) explica que las movilizaciones populares fueron, durante los años setenta y ochenta, la estructura de significación, la base de acción colectiva. Posteriormente, a lo largo de los noventa, ya no hubo un sujeto histórico y político que se fundamentara en el pueblo ni en la acción popular y masiva (acciones que tradicionalmente se asociaban a la izquierda y eran ajenas a las vías políticas de representatividad). Este imaginario de los años ochenta dejó de tener sentido en el momento en que la Asamblea de Barrios – movimiento analizado por López (1998) y que representaba esta forma de ciudadanía “popular” – fue “institucionalizado”, al adherirse al Partido de la Revolución Democrática (PRD). A juicio del investigador, dicha transición generó la ruptura del imaginario, propiciando con ello nuevas búsquedas de transformación identitaria, así como un nuevo esquema de representación.

En el imaginario de este otro “naciente ciudadano”, alternativo al popular, permanecen otras construcciones, como son aquellas que aportaron los cristianos y que fueron incorporadas a las luchas populares, así como las difundidas por las ONG en su defensa de los derechos humanos. El imaginario legado por ellos en

los años noventa incluye la solidaridad, el compromiso y la participación social (López, 1998), observables también en el #YoSoy132; si bien este movimiento es ajeno a todo proselitismo de índole religiosa, tuvo su origen en la Universidad Iberoamericana, cuyo discurso educativo posee un fuerte contenido humanista y de derechos humanos.

La transformación identitaria se va dando a partir de las rupturas que los propios actores sociales determinan, pero también por el contexto. En el estudio de caso que ofrece López (1998), al paso del tiempo emerge un imaginario alternativo que busca responder a las necesidades de su momento. Deja de lado las articulaciones populares y urbanas en función del símbolo del territorio, el pobre y la vivienda (sobre todo a raíz de la crisis que siguió a los sismos de 1985), y a finales de los ochenta se constituye en nuevas formas de participación colectiva. Estas intervenciones sociales en el espacio de lo público, pretendieron organizarse en función de nuevas demandas, como la de evitar otro fraude electoral como el ocurrido en 1988.

Por lo tanto, para la primera mitad de los años noventa, con un ideario basado en la asociación Alianza Cívica, se identifican las iniciativas sociales alternativas al imaginario popular, creándose entonces el “imaginario social democrático que reivindicaba la existencia de una sociedad civil, organizada y crítica, observadora de los procesos electorales y de la función del gobierno” (López, 1998, p.70); se generaba así una democracia por la vía institucional, pues reforzaba las condiciones de la participación político-electoral de manera más equitativa. A este esquema de representación, López (1998) le llama cívico.

Por su parte, el #YoSoy132 inicia con la publicación en redes de diversos

contenidos –incluidos videos– sobre las manifestaciones de rechazo expresadas por los estudiantes durante la visita del candidato priísta Enrique Peña Nieto a la Universidad Iberoamericana el 11 de mayo de 2012. Al volverse públicas estas acciones de repudio, el equipo del priísta acusó a los estudiantes, ante los medios tradicionales, de ser “porros y acarreados”, así como simpatizantes del candidato de izquierda, el perredista Andrés Manuel López Obrador. En réplica, los estudiantes publicaron otro video en el que cada uno muestra su credencial para comprobar su carácter de estudiante, contabilizándose hasta 131 jóvenes. Es a partir de ese momento que surge la etiqueta #YoSoy132.

Tabla 1. División del movimiento #YoSoy132 en tres momentos clave. En la parte superior se indican la fecha y las acciones principales; en la parte inferior se narran acciones y comportamientos secundarios. Elaboración propia.

MOMENTO 1	MOMENTO 2	MOMENTO 3
11 de mayo-21 de junio	22 de junio-22 de octubre	23 de octubre-#1DMx
<p>Surgimiento, convocatoria, registro, organización del tercer debate presidencial, momento empático</p> <ul style="list-style-type: none"> -Presentación de estudiantes como manipuladores por parte de los medios masivos tradicionales -Movimiento estudiantil basado en el testimonio espontáneo -Naciente cultura de vigilia -Modos participativos con la figura “intocable” -Negociación transparente de sentido -Opiniones plurales -Carácter inclusivo en debate 	<p>Vigilancia de elecciones, plan de trabajo, momento comunitario, denuncias por irregularidades en jornada electoral</p> <ul style="list-style-type: none"> -Rol activo y comunitario en varios frentes -Funge como una comunidad de contextualización y negociación de sentido con otras luchas y actores -Líder de opinión en agenda nacional -Gestiona reputación mediante la profesionalización de memorias -Transnacionalización de sus causas -PRI gana elecciones; primer revés 	<p>Protesta por toma de posesión, represión y repliegue, momento de denuncia por represión</p> <ul style="list-style-type: none"> -Desgaste por incumplimiento de principal demanda -Desgaste interno - Se convierte en un espacio de denuncia política - Pérdida de presencia cívica - Incorporación de actores sociales más tradicionales -Trabaja por convocatoria - Refuerza el imaginario simbólico de la criminalización mediante memorias -Resistencia

A continuación se presentan los cortes en los cuales se basan las capturas de pantalla (véase capítulo VI correspondiente al procedimiento metodológico) para evidenciar los diferentes tipos de subjetividad cívica encontradas. En ese apartado, se presentará con mayor detalle el procedimiento por el cual esta división temporal permitió resaltar las acciones que pueden asociarse a subjetividades cívicas diversas encontradas en el movimiento.

i. Del 11 de mayo a finales de junio de 2012

Como parte de su campaña presidencial, el candidato priísta Enrique Peña Nieto acudió a la Universidad Iberoamericana el 11 de mayo para ofrecer una conferencia. Durante el acto fue abucheado y humillado por un grupo considerable de estudiantes asistentes. Intimidado y no habituado a confrontar las críticas ni los intercambios con el público, el candidato salió del auditorio, se escudó en un baño tratando de escapar de la muchedumbre que lo perseguía y, posteriormente, optó por cancelar la cita que tenía a continuación en la emisora radiofónica de la misma universidad, Ibero 90.9. Abandonó las instalaciones tras encontrar una salida que no estuviese bloqueada. Como ya se dijo antes, este incidente quedó registrado en videos que los estudiantes subieron a las redes sociales, destacando así no solo la exposición accidentada, sino el trato preferencial dado al candidato en los medios masivos, donde el acontecimiento se minimizó o incluso no fue mencionado. Posteriormente, políticos priístas y del Partido Verde Ecologista tacharon de “porros y acarreados” a los estudiantes; también los caracterizaron como “grupos cercanos al candidato de izquierda”, Andrés Manuel López Obrador. Dada la falta de neutralidad de la cobertura que los medios tradicionales hicieron

del incidente, más de un centenar de estudiantes de la misma universidad publicaron otro video en el que dan lectura a un comunicado para desmentir a quienes los tildaron de porros o acarreados, mostrando a continuación su matrícula y dando su nombre. A partir de entonces, en el 18 de mayo, las frases “131 alumnos de la Ibero” y “#YoSoy132” se volvieron *trending topic* a nivel nacional y se mantuvieron así por cuatro días consecutivos,²² además formaron parte de las 10 tendencias globales durante los últimos 30 días de ese mes. Como consecuencia de lo anterior, los estudiantes se organizaron con sus pares de otras universidades, sumándose luego más sectores y ciudadanos, y se convocó a marchas. Los integrantes del movimiento se declararon apartidistas y se pronunciaron mediante un plan de trabajo en el que destacaba la propuesta de organizar un tercer debate entre los candidatos presidenciales, al cual acudieron todos, salvo Peña Nieto.

ii. Del 1 de julio, día de las elecciones, a finales de octubre de 2012

El día de las elecciones, el 1 de julio, el ya organizado movimiento estudiantil tuvo una participación ciudadana en la cobertura, vigilancia y registro de la jornada electoral. Previo a esto, recibió una amplia cobertura en los medios tradicionales, logrando que las dos principales empresas televisivas y las de radio modificaran su negativa inicial a transmitir el segundo debate, con el argumento –secundado por el Instituto Federal Electoral– de que la difusión de los debates era de carácter voluntario. Después de las elecciones, el movimiento modificó su programa de

²² Robledo, 2012.

acción y lo fueron desarrollando en seis puntos.

iii. De octubre al 1 de diciembre (#1DMx)

El 1 de diciembre, o el *#1DMx* como se le llamó en los medios de comunicación, el *#YoSoy132* convocó en las redes sociales, junto con otros movimientos, a protestar durante la toma de posesión de Peña Nieto como presidente. Desde temprano en la mañana hubo diversas muestras de inconformidad en los alrededores del Palacio Legislativo y en el Centro Histórico. Integrantes de los movimientos participantes, incluido el estudiantil, se vieron involucrados en hechos de violencia y sufrieron detenciones arbitrarias.

Aziz (2013) destaca que el contexto político y social en el que se desarrolló dicho movimiento se caracterizó por un incremento sin precedentes de la violencia y por el hartazgo político que dejaron los llamados gobiernos de la alternancia luego de dos sexenios en el poder. Tanto en los medios nacionales como en los extranjeros, las opiniones sobre la situación eran igualmente críticas:

Según el Índice de Transparencia Internacional, México se percibe como uno de los países más corruptos, en el lugar 100 de 180; en América Latina es ubicado con el número 20 de 34 y en la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico está en último lugar. Según cifras de Latinbarómetro, las alianzas que los gobiernos panistas tuvieron con actores sindicales, el acomodo de intereses monopólicos y la desorganización del Estado frente al crimen y a la regulación de intereses, así como el vaciamiento democrático, ubican a México en los últimos lugares de satisfacción y apoyo democrático. Sólo el 22% de los mexicanos

considera que se gobierna por el bien del pueblo, frente a un 52% en Brasil, o un 62% en Uruguay. (p.9)

Además de la recurrente insatisfacción frente a las prácticas electorales (con la excepción de los comicios de 2000), la sociedad mexicana de la primera década del siglo XX se vio inmersa en procesos sociales complejos que constantemente cuestionan la viabilidad de la participación social mediante las vías democráticas. Por ejemplo, el padrón electoral se caracteriza por ser variable, pues mientras en 1994 el registro más alto fue del 80%, en las elecciones posteriores este porcentaje disminuyó y en las elecciones de 2012 hubo un incremento ligero. Ante la evidente falta de confianza de la ciudadanía en las instituciones electorales, resulta válido preguntarse: ¿qué espacio público puede considerarse realmente propio y representativo?

Como hemos demostrado, una respuesta se encuentra en las conversaciones en línea. Uno de los rasgos de carácter individualizante observado en el #YoSoy132 fue la creación de opinión pública. Su decisión de documentar las marchas y negociar sentidos en las redes sobre lo que el movimiento enarbolaba tenía como objetivo externar sus puntos de vista sobre los valores democráticos y buscar experimentarlos en sus propias vidas (Pleyers, 2013). La participación se mediatizó con la esperanza de ofrecer formas de lucha social a partir de la opinión multimedia, la organización en red, el testimonio y la vigilancia, una fórmula bien conocida por los jóvenes dado que tenían conocimiento de la ola reciente de movimientos sociales basados en las comunicaciones digitales y las redes de otras luchas alterglobales. Otro ejemplo del carácter individual del

#YoSoy132 es la decisión del movimiento de declararse apartidista y abierto al diálogo. Con ello puso en evidencia una iniciativa empática con varias causas ajenas a la política. Por lo mismo, tanto su agenda como su propia caracterización de la lucha social fueron objeto de escrutinio público, y cierto sector de la sociedad y activistas más tradicionales cuestionaron su legitimidad. De tal suerte que los tres momentos del #YoSoy132 analizados, los más significativos, fueron cimientamiento de opinión libre y plural, y fueron generando los mecanismos de confiabilidad necesarios para la actuación social. Como veremos, durante el periodo estudiado se sumaron formas cívicas más tradicionales de subjetividad y resistencia. Este proceso de comprensión política fue una negociación de sentido pública y abierta que contribuyó a definir más aún el punto de partida del #YoSoy132. Fue además el principal punto de desgaste al final, cuando el escenario también cambia.

II.2 Las conversaciones en el medio digital

Las prácticas de conversar en línea subjetivizan²³ a los usuarios, enfatizando procesos culturales de democratización a nivel tanto experiencial (que inciden en la individuación) como sociocultural (que inciden en los procesos de emancipación estructural). Además, estos intercambios pretenden generar opinión pública, a cambio perder la privacidad y el control de sus comportamientos en línea.

Por ello, las conversaciones en línea montan una vigilancia permanente; en ellas se construyen opiniones multimedia individualizadas y los contenidos

²³ En el sentido sociológico del término, la subjetividad es la forma en que un sujeto se construye mediante la acción y experiencia.

alcanzan una distribución global.

Una característica de los medios digitales consiste en que sus intercambios son informales y pretenden promover una actitud ordinaria, sin protocolos y sin un lenguaje especializado. Los usuarios sostienen conversaciones en estos medios con la finalidad de mostrarse tal cual “ellos son²⁴”, y siempre buscando la continuidad de la comunicación, es decir, probando fomentar el intercambio y la noción de comunidad.

Las conversaciones en línea trastocan la naturaleza relacional y creativa del ser humano mediante sus peculiares formas de organización y difusión. Son organizadas en función de una interacción que se basa en campañas emocionales y de masa crítica compartidas; y son difundidas cuando gozan de credibilidad y empatía: los contenidos son veraces para el usuario, quien, por tanto, los comparte, o bien, se refleja en ellos. De ello depende su permeabilidad con otros usuarios, y su eficacia como red. De ahí también, que se considere a estas conversaciones como una práctica en comunidad,²⁵ por muy efímeras que hayan sido.

En nuestro estudio de caso, el movimiento #YoSoy132 es un ejemplo de conversación en línea en el que se observa una nueva subjetividad, surgido en México a mediados de 2012. Al derivar inicialmente en una comunidad digital,

²⁴ Como se verá más adelante, la identidad de los usuarios es un punto que resalta en los medios digitales por su potencial creativo y de transformación, generando a menudo una percepción ambigua con respecto a quién es realmente el que está detrás del perfil que produce determinados contenidos.

²⁵ Wegner (2008) apunta que una comunidad se entiende a partir de una práctica compartida por su significado en común, cuyos miembros/usuarios, además, construyen su identidad con base en dicha práctica y entienden su trabajo como una negociación de sentido a nivel discursivo.

impactó experiencialmente a los actores sociales involucrados. Luego ya como movimiento social, montó una cultura de vigilancia permanente y promovió una opinión pública multimedia de testimonio-testificación. A mediados de 2014, tuvo influencia durante el proceso de aprobación de la llamada Ley de Telecomunicaciones, por lo que tuvo repercusiones estructurales en la vida cultural y política mexicana. A continuación, daremos el marco conceptual donde la subjetividad en red se manifiesta.

III. Comunicación Digital. Representación, consumo y lenguaje El compartir como trascendencia

Para explicar la repercusión que tiene el uso de las comunicaciones digitales en las conversaciones en línea, partimos de cómo el medio digital sustituye al órgano visual. También se discuten aquí la noción de representatividad en un ámbito digital, la cognición y el lenguaje empleado en las conversaciones en línea, donde se interactúa con imágenes que nos representan y que simulan diversos medios y productos para codificar más claramente el mensaje.

Estar en línea significa tener la disposición de mirar a los demás y ser visible para todos. Pero, ¿cómo se construyen esa mirada y esa disposición a ser mirado? Según Žižek (2006), la mirada es una construcción generada desde un espacio no real, donde se observa lo “observado”, una rejilla o un orificio que enmarca la realidad. La realidad se sitúa, entonces, fuera del ojo.

Mirar a través de un orificio, la función del mirón,²⁶ implica ver por placer, por lo que, al hacerlo, revelamos nuestra propia idiosincrasia, nuestros miedos y deseos. Es sintomático que alguien como Marcel Duchamp, quien redefinió el papel de las artes y marcó los inicios del arte contemporáneo décadas antes de que éste se desarrollara, trabajó con la mirada en secreto en su último trabajo. De acuerdo con Meis (2009), *Étant donnés* (1966) es una especie de monumento al paradigmático acto de mirar del hombre moderno: viril, heterosexual, dominante y, a la vez, ansioso, inseguro, cobarde; una puerta con dos orificios a la altura de los ojos que muestran la representación de una escena al aire libre, quizás un parque, y, tirada, una mujer desnuda con las piernas abiertas y con la vagina como foco de atención.

Lo observado tiene una relación con el abismo que existe entre lo que está fuera y lo que somos nosotros, ajenos a ese contexto. La apertura mediante la cual se genera la mirada es un vacío que separa a la realidad ordinaria de la realidad subjetiva.

La mirada siempre va acompañada por una sensación de atrevimiento. Mirar es, en realidad, revelarse uno mismo ante los demás. El *voyeur* siempre será exhibido por conocer lo que no debió conocer, pero, sobre todo, por no resistir a la tentación de mirar.

Quizás la mirada esconde, efectivamente, lo erótico. Según Meis (2009), para Bataille lo erótico es la transición de una sexualidad desvergonzada –o,

²⁶ También conocido como “Peeping Tom”. El voyeurista disfruta el placer del espionaje, la fascinación de asomarse desde lo profundo y oculto, resguardado en el anonimato. El voyeurismo es una práctica en esencia erótica y espectacular, pues se objetiviza lo observado.

más exactamente, sin vergüenza—, a una sexualidad culposa o avergonzada (en una palabra, *consciente*), por lo que se relaciona con la religión. Lo erótico surge en el cambio experimentado en la conciencia de un hombre que deja de ser animal porque reflexiona sobre sí mismo. La religión regula a los seres humanos, determina los tabús y los rituales que desencadenan lo prohibido y definen lo que es penoso y lo que es bueno. Los tabús son reforzados por el grupo dominante, es materia de la institución, y de las asociaciones sociales. Para romper un tabú a través de una experiencia erótica, el sujeto requiere una sensibilidad inflamada de deseo que le permita esta infracción²⁷ (Meis, 2009).

La reflexión sobre el sexo es entonces la disyuntiva (¿lo hago, o no lo hago?) en la cual se sumerge el erotismo. El que mira tiene en sus manos la determinación. La última pieza de Duchamp plantea la posibilidad de hacer público un acto tan privado como es el pudor de mirar, pues el espectador, para interactuar con la pieza, debe asomarse por la ranura. De ese modo debe exponerse a la mirada vigilante de los otros. El erotismo que acompaña la mirada de dicha pieza remite a un ámbito fuera de la vida ordinaria, no porque la obra misma aborde el erotismo, sino porque, al mirarla, confronta en cada espectador el sentimiento oscilatorio entre vergüenza y deseo (Meis, 2009).

Es importante también ver al observador como el que conoce y, por lo tanto, como el que tiene el poder. Aquí, la vigilia de la mirada cobra relevancia política, e ideológica. En específico, en el contexto global y digital, el acceso inmediato que permiten las redes a los perfiles de los usuarios implica también la disposición de

²⁷ Meis, 2009.

éstos a ser vistos de manera masiva, revisados a voluntad. Espiados a voluntad.

¿Cómo nos relacionamos con eso que vemos, con una imagen? ¿Cómo hacemos visible algo? Nuestra relación con la mirada y el objeto observado se establece por el deseo. Generar deseo (en este caso, expectativa) es una práctica que la publicidad aprendió como forma de necesidad social. Así, el consumo y la representación tienen una estrecha colaboración.

El consumo, recordemos, va en función de necesidades sociales. Sin embargo, como fenómeno mediático, es relativamente nuevo, pues nace en el siglo XVIII y avanza en el XIX, cuando la sociedad es vista como recurso del cual se sirve el modelo capitalista para la acumulación. Por lo tanto, el consumo es también una consecuencia del nacimiento de la masificación social, y el diseño cobra relevancia como vehículo industrial en la estandarización de las necesidades sociales y en la estetización cotidiana. Un siglo después, el diseño tendrá la lógica contraria: fomentar un consumo adecuado al usuario y potenciar la individualidad mediante herramientas que unifican el tiempo productivo con el tiempo personal (es decir, que mediante sus consumos puedan entreverse su persona, su individualidad). Esto se observa principalmente en el diseño aplicado a las comunicaciones digitales.

Para Munée (1993), el consumo es también un ocio mal empleado, pues en vez de permitir una producción creativa, libre y significativa para la sociedad, el ocio suele ser rellenado con formas de entretenimiento o con el consumismo, alejando a las personas de un empleo óptimo del tiempo personal.

El consumo inicial participó del espíritu romántico de las exposiciones universales, tan usuales a en la segunda mitad del siglo XIX. Así surgen los

museos, las colecciones y las ferias internacionales como escaparates científicas. Reflejo de su tiempo, encarnaban el optimismo impulsado por la ciencia, el progreso y la infinita curiosidad –y necesidad– de clasificar todo de manera racional y eurocentrista.

El consumo es, entonces, una necesidad identificada y escenificada. Cuando el objeto o bien es descontextualizado, estas ferias lo convierten en una mercancía, con un interés exótico, condescendiente e idealista. Esta extraña relación de un objeto común, aunque histórico, vuelto curiosidad, dio inicio a la espectacularización del consumo, siguiendo así la tradición del divertimento popular que data desde la antigua Roma.

Si bien mirar es un acto íntimo y muy revelador, propio del ámbito privado, las ferias internacionales, imbuidas del espíritu moderno de objetivar todo lo mirado, promovieron el consumo voyerista de manera pública y masiva. No es casualidad que también hayan surgido por ese entonces las ferias de los fenómenos o *freak shows*. Así, la contemplación de la mujer barbada, la disposición a conocer los remedios del Lejano Oriente, las vistas,²⁸ el furor por el espiritismo, las pociones mágicas y demás manifestaciones de curiosidad moderna, son, ante todo, prácticas que promovían toda forma de conocimiento por medio de la cosificación y la folklorización. Todas estas actividades son formas de consumo que al promover una relación escenificada con el objeto en cuestión propician un alejamiento y una mediatización (es decir, una descontextualización de la experiencia de contemplar un producto fuera de su realidad original)

²⁸ En México, a las primeras proyecciones cinematográficas se les conoció como “vistas”, ante la imposibilidad de describir una experiencia audiovisual.

característicos de lo contemporáneo. El espectáculo como ámbito mediático acompañante de cosas y sujetos de los siglos XX y XXI tiene sus inicios aquí.

Siguiendo la idea expuesta anteriormente, la mirada del deseo viene fuertemente cargada de estereotipos y contenidos de medios de comunicación masiva y del entretenimiento popular. Posteriormente, esta mirada será sustituida por la que imponen los medios digitales de la web 2.0, que se caracteriza por promover lo contrario: la subjetivación y la personalización.

Baudrillard asegura que la forma subjetiva de mirar ha sido suplantada en su totalidad por los medios (Darley, 2002). La diferencia y la originalidad, aspiraciones de todo ser humano que constituyen la razón de ser y la promesa de la publicidad y el cine (la *American way of life*, el *star system*, las vedettes, las *femmes fatales*, los galanes de cine, etc.), fomentan la idea básica de que todos los seres humanos se construyen a partir del otro: Baudrillard reconoce que el voyeurismo constituye nuestro deseo en función de los demás, y los demás, a su vez (con su mirada), nos constituyen a nosotros.

De esta forma se construye la mirada, con base en la alteridad, en la cual nos reconocemos. En este caso, a través de los medios de comunicación. En el momento en que somos objetivizados y convertidos en espectáculo para el prójimo, generamos nuestra representación ante los demás, es decir, creamos una imagen de nosotros mismos.

Por lo tanto, la mirada subjetiva, imprecisa y espontánea es sustituida por la mirada omnipresente de la tradición mediática. Sin embargo, en el caso de los medios nuevos –los medios digitales–, esta lógica cambia: ahora lo mediático se ajusta al usuario (Manovich, 2003).

Respecto a los medios de comunicación, podemos afirmar que el rasgo espectacular de la mirada estriba en el hecho de que es ilimitada, omnipresente, seductora, atractiva y masiva. El espectáculo es una modalidad generada por la incapacidad de ejercer la contemplación finita, presencial y personal.

¿Qué define, finalmente, a una imagen? La transmisión de un imaginario. Darley (2002), citando a Baudrillard, explica que la imagen es el espacio de la ilusión: el referente que transmite un contenido porque oculta algo es lo que compone una imagen. Una imagen auténtica es aquella que genera un juego de aparición y desaparición; por ello, la imagen moderna, en tanto imagen transparente, no tiene un sentido ni es una representación, pues todo lo muestra. Es decir, su actitud exhibicionista (el deseo de mostrarlo todo) inhibe la posibilidad de una verdadera contemplación. La imagen digital lleva al extremo esta disposición a mostrarlo todo debido al evidente carácter superficial o formalista y ultradetallado que la tecnología le permite.

Una imagen es una forma visual de comprensión –imprecisa, impresionista o fugaz– basada en las sensaciones que suscitan los colores, el movimiento, los olores o el comportamiento asociado a un evento o idea, que se moldea para dar un sentido narrativo. La imagen, como medio, posee características técnico-formales que describimos como analógicas y sus simulaciones correspondientes en versión digital. Si bien la imagen digital puede ya prescindir de la realidad, elaborando contenidos de segundo y tercer orden (véase el capítulo IV, correspondiente a la empatía), su función es proveer emoción por su valor formalista de simulación *ultraanalógica*. En el caso de la imagen testimonial, lo que se provee es un valor moral. En ese sentido, son recordatorios de memorias

visuales que no sólo imitan la realidad, sino inciden en ella, tal como hemos visto con Twitter, cuyos contenidos son campañas/convocatorias.

En tiempos pasados, el encanto de la imagen analógica era su escenificación para hacer trucaje. No radicaba en su realismo, sino en su verosimilitud –no se trataba de verdades, sino de hechos convincentes–; en este caso, de selecciones o elementos de una imagen retomados de manera convincente o creativa. La fascinación por el modelo representado radicaba en caracterizar mediante la elección de visibilizar unos elementos mientras se escondían otros. Ese era el tratamiento ingenioso del goce visual. El imaginario radicaba en la caracterización de la realidad; ahí residían su riqueza y su poder de espectacularidad (Darley, 2002).

La imagen analógica es contraria a la aspiración “no teatral” de la imagen digital. En esta última todo es visible, lo que imposibilita la imaginación, la fantasía y, por lo tanto, la apropiación de la representación. Borra la individualidad creativa e impone la mediática; al menos esto es lo que asegura Baudrillard (Darley, 2002). Al imponer la postura mediática y negar la subjetiva, se elimina la contemplación, pues si lo muestra todo, la imagen se vuelve pornográfica, embelesada con el detalle formal de lo que representa, con la perfección con la que se construye y con su técnica de reproducción.

Por eso, Baudrillard asegura que con la televisión se diluye la imagen en el sujeto, emerge la muerte de la ilusión y la representación y el sentimiento no tiene una representación propia, sino la de un medio masivo (Darley, 2002).

La televisión implica un procesamiento de información que conecta a todos con todos. Al no transmitir un imaginario, su cualidad de imagen se pierde. Pero

esta imagen creada por los medios modernos, con su cualidad antiilusoria, sustituye a la imagen tradicional, con lo que se pierde el sentido y la representación, pues, al mostrar todo, genera una desilusión radical y disuelve la diferencia entre referente y objeto.

III.1 El diseño del sujeto que conversa. La palabra sin cuerpo

*Your job is to pose questions that can distinguish
verbal performance from embodied reality.*²⁹

KATHERINE HAYLES

El medio digital genera una interacción particular entre el usuario y su autorrepresentación, así como con los demás usuarios. Según Hayles (1999), en el ámbito digital, la palabra es el acto, y la realidad *existe*, sin necesidad del cuerpo. Al ser prescindible la encarnación para poder interactuar, la inteligencia funge como la propiedad de manipulación formal de símbolos, en lugar de ser la representación en el mundo vivencial de lo corporal, donde se “desempeña o actúa”. Estas ideas son las que están detrás del famoso “experimento de Turing” en los años cincuenta.

Turing, prosigue Hayles (1999), propuso encerrar a un sujeto y a una máquina con la que se puede interactuar. Afuera, un usuario les hace preguntas y, a partir de las respuestas que recibe, debe distinguir si quien responde del otro lado es otro ser humano, o bien, una computadora. Una versión anterior de este

²⁹ “Tu trabajo es hacer preguntas que permitan distinguir el desempeño verbal de una realidad corpórea.” Traducción propia.

ejercicio tenía el propósito de distinguir si quien respondía era un hombre o una mujer.

Turing buscó demostrar que si no se puede encontrar una diferencia entre un hombre y una máquina, entonces las máquinas pueden pensar, pues han burlado la inteligencia humana (Hayles, 1999).

Una de las propuestas de la Inteligencia Artificial es, precisamente, intentar descorporalizar la información, es decir, pensar que se puede acceder a la manipulación de patrones informacionales, y que el cuerpo o el portador pasan a segundo plano. En el ámbito de la cibernética, Claude Shannon y Norbert Wiener apoyaron esta noción al conceptualizar la información como una entidad distinta del sustrato que la “portaba” (Hayles, 1999).

Este concepto de la información como una especie de líquido³⁰ “sin cuerpo”, que puede encontrarse en diferentes sustratos antecedió a la propuesta de Moravec (1988): la conciencia como identidad humana es un patrón informacional, en lugar de una encarnación en acción.

El mismo autor sugiere que la conciencia humana puede descargarse a una computadora. Hayles (1999), por su parte, señala que mientras Moravec busca demostrar que las máquinas son diseños “recipientes” de la conciencia humana, Turing propone entenderlas como diseños “pensantes”, cualidad atribuida exclusivamente al ser humano. De ahí que las máquinas pudieran ser definidas como entes factibles de devenir en seres humanos y, por lo tanto, en ciborgs. Además, la misma condición aplica a los seres humanos pues interactúan con las

³⁰ La cibernética estudia los sistemas de control, donde se caracteriza a la información como “flujos”.

máquinas para ser. Esto implicaba equiparar la experiencia intrínsecamente humana, la capacidad creativa y transformadora del pensamiento, con las operaciones que realiza una computadora.

Bajo esta lógica, los sucesores de los seres humanos, es decir, las máquinas, no son sólo motivo de una discusión en la ciencia ficción, sino también en las ciencias cognitivas. Son tema favorito de los tecnofílicos y tecnofóbicos por igual, pues unos y otros recalcan el papel del artificio en nuestras vidas. Por otra parte, esta noción pone en entredicho la superioridad del ser humano y expone la pesadilla planteada en *Frankenstein*, pues propone que los logros de la ciencia y la inventiva humana –capitalizada en máquinas pensantes– empujan a los seres humanos a la obsolescencia. De ahí que los artefactos sean necesarios para evitar la caducidad de la carne.

Hayles (1999) asegura que el experimento de Turing es un ejemplo de cómo se transgreden y se refuerzan a la vez los límites del sujeto. En dicho experimento, un sujeto encarnado, presente ante la interfaz de la computadora, es contrastado con el “ser” del otro lado, con quien tiene una relación mediada por la interfaz de su *representación* del cuerpo, producida a su vez por los indicadores de palabras escritas y la semiótica en un ambiente electrónico. Esta construcción hace que el sujeto se conciba necesariamente como un ciborg, pues se construye mediante la encarnación de su presencia física y la representación de su cuerpo en palabras y significados, los cuales al ser “unidos” por la tecnología, se convierten en una entidad y una identidad.

Sin embargo, la sola propuesta del experimento sugiere que si uno se equivoca, existe la posibilidad de que no haya correlación entre lo encarnado y lo

representado. Con esto, asegura Hayles (1999), Turing da a entender que el cuerpo y su representación ya no son parte de una naturaleza inevitable, sino una producción contingente, mediada por la tecnología, la cual está tan inmiscuida en la producción de su identidad que ya es imposible separarla del sujeto en sí.

La identidad forjada en línea es, por lo tanto, una construcción, lo cual se asemeja a la propuesta de la filósofa Butler (1993) en el sentido de que la identidad de género es una construcción social. Ante la idea de que la identidad no es un atributo estable y necesariamente coherente con el género, y que éste se construye mediante actos estilizados y repetitivos, esta autora asegura que la identidad que se pretende conseguir es la propia.³¹

La posibilidad de la transformación del sujeto mediante la tecnología cuestiona la noción de lo que significa ser humano, pues posiciona la primacía del diseño como actividad entre las nuevas formas de ser y de trascender; una trascendencia “moderna” basada en la performatividad contingente. Así se da continuidad a la tradición liberal del sujeto como un ser pensante más que un ser encarnado, porque el cuerpo es visto como una opción, entre muchas, para ser sujeto y construir su identidad.

Sin embargo, la encarnación, continúa Hayles (1999), no genera certezas con respecto al género o sobre si las máquinas pueden pensar. En realidad, el trasfondo de esta discusión es que el pensamiento es una función mucho más

³¹ Según la autora, identificarse como una mujer u hombre –referente importante de la identidad– es también una cuestión cultural. Un cuerpo dado no tendrá necesariamente una identificación coherente con su anatomía, tal como lo establece la idealización del proyecto dominante heterosexual. Al igual que otras formas de sexualidad, la heterosexual es en sí misma una imitación de actos repetitivos para alcanzar esos ideales de “normalización”. Butler, 1993.

compleja y amplia, dependiente de la encarnación que la efectúa, que la genera. Esto implica pensar en el sujeto liberal como modelo visto así desde la Ilustración, que pasó a ser un sujeto poshumano, es decir, un sujeto diseñado.

¿Qué significa ser un sujeto diseñado? La posibilidad de diseñar al sujeto implica una mirada poshumana al proceso de interacción entre el usuario y el contexto. La filosofía del poshumanismo hace referencia no solo a intervenciones físicas en el cuerpo –al que se incorporan componentes “no biológicos”–, sino sobre todo a nuevos modelos de subjetividad que la construyen desde las ciencias cognitivas y desde la esfera del artificio. Lo poshumano es una narrativa humanista técnico-cultural donde el ciborg es un ícono cultural y un artefacto tecnológico, depositario de los resultados de la hibridación diseñística. En este caso, el diseño borra las fronteras entre el ser humano y su medio ambiente para que el sujeto pueda diseminar sus posibilidades y se funda con el medio de manera ecológica.

Una mirada poshumana significa dotar al pensamiento y las características que definen al ser humano –como la conciencia– de una “no relación” entre sí y su cuerpo, pues lo corpóreo no plantea un vínculo con la “sustancia de la información”. El cuerpo es, más bien, un recipiente biológico accidental. Significa también considerar a la conciencia no como el receptáculo de la identidad humana, sino como una manifestación más de la identidad, pero ésta como tal no es localizable en alguna parte, es más bien distribuida en el medio.

El diseño como herramienta para que los sujetos interactúen con el medio ambiente fomenta una interactividad expandida de las posibilidades físicas y perceptivas del sujeto. De ahí que el papel del diseño sea generar artefactos que

provean ambientes más y más inteligentes, para así lograr que los seres humanos puedan seguir desarrollando formas cognitivas cada vez más sofisticadas. El objetivo es que los artefactos apoyen a los sujetos en las tareas menores para que el ser humano se ocupe de cuestiones superiores. En ese sentido, la innovación – continúa Hayles (2004)– debe buscar diseñar tecnologías de pensamiento que liberen a los seres humanos de tareas inferiores. La idea es que los sujetos ocupen su conciencia para concentrarse en el único bien cuya limitante es invencible: la atención humana.³²

Así, la internalización del pensamiento y la subjetividad que antes se “guardaban” ahora se han propagado en una serie de medios moldeables y organizados que se encuentran fuera, en el mundo encarnado y en el mundo virtual, cita Hayles (1999). ¿Esto significa que el ser se ha disuelto? No, significa que el ser humano forma parte de un ecosistema distribuido, donde la funcionalidad y el comportamiento se expanden al ampliarse también su parámetro cognitivo.³³ La encarnación se vuelve consciente de manera específica, localizable y matérica gracias a su prótesis electrónica, pero su “ser” está en todas partes.

La prótesis electrónica, localizable y materializada, que encarna cierta función o comportamiento se refiere a todo tipo de plataformas y dispositivos que

³² El poder y la sofisticación que proveen los ambientes digitales enriquecidos sobreestiman los sentidos y generan la expectativa de ofrecer formas de aprendizaje mucho más completas. Si bien esta suposición aún no ha sido descartada ni confirmada, sí indica que el usuario expuesto a estas formas de conocimiento tenderá a desarrollar habilidades “multitasking” en detrimento de su capacidad de lectura profunda, por ejemplo. Además, refuerza la idea de que la capacidad de concentración se da de manera selectiva y momentánea.

³³ Hayles, 2009.

nos acompañan en la actualidad. Si pensamos en las tecnologías web 2.0, las redes sociales son vehículos de conversación y, al mismo tiempo, gestores de opinión y parámetros sociales de vigilancia. Por lo tanto, las redes – particularmente Twitter, como red abierta– funcionan como prótesis de comunicación mediante sus conversaciones virtuales, y hacen las veces de un reflejo del sentir social y de vigilantes que poseen un poder de testimonio “auténtico” que contrarresta al pensamiento hegemónico. Además, son procesos de construcción subjetiva que dejan huella ante la contingencia cultural.

El cuerpo humano, por su parte, es la prótesis original manipulada por nosotros y forma parte de un proceso continuo de incorporación de otras prótesis. Bajo la concepción poshumana, el ser humano se entiende como un sujeto que se articula sin cesar con máquinas inteligentes. No existe una diferencia sustancial entre la existencia corporal y la simulación computada, entre los mecanismos cibernéticos y el organismo humano, entre la teleología de la robótica y los objetivos humanos (Hayles, 1999).

Es importante resaltar que la subjetivación que provee el diseño obedece al contexto histórico. Es la evolución de una masa uniforme, nacida en la era industrial, manipulada por grandes líderes cuyos sistemas de comunicación masiva reproducían un mismo mensaje, lo que vino a permitir paulatinamente la subjetivación y su mediatización. Esta subjetivación se expresa cada vez con más fuerza en canales y productos distribuibles propios que interactúan y se hibridizan con su entorno. **El diseño fue la solución a los contextos masivos porque permitió la subjetivación y, como hemos visto, la mediatización de los usuarios.**

Además de cuestionar la identidad definida y estable que propone el sujeto

liberal humanista de la Ilustración, el pensamiento poshumano plantea que el proceso informacional es primordial para comprender al ser humano. Esta postura se asemeja a la naturaleza racional que caracteriza al ser humano cartesiano, es decir, pensar al sujeto como poseedor de un cuerpo, pero a quien no se le representa como un ser-cuerpo. Es decir, el ser humano es, ante todo, un ser cognitivo, un ser informacional más que una encarnación corporal.

La realidad encarnada y la información abstracta son dos aspectos que constituyen la experiencia digital y, como tal, definen también a las redes sociales. ¿Por qué separar ambos aspectos que componen al ser humano? Hayles (1999) explica que al visualizar la información como un patrón, y no como una ejemplificación o representación, se está aceptando la idea de que la información es libre de transitar en el tiempo y en el espacio. Esto implicaría que si el sujeto puede *ser la información que ha construido y almacenado en su vida*, puede relegar su formación física (su formato) y, por lo tanto, puede convertirse en inmortal.

Sin embargo, la información debe estar siempre representada en un medio para existir. La información tarde o temprano deberá cosificarse o materializarse. Dicho de otra manera, la idea o concepto evoluciona en un artefacto u objeto que busca expresar o encarnar lo que la idea representa. Es decir, el comportamiento, junto con la manera en que se expresa y manifiesta esta información, depende de su forma (dispositivo, aplicación, funcionamiento y atributos físicos).

¿Cuál es la forma de información en la actualidad? Se encuentra escenificada en convenciones mediáticas y se organiza en red. Al tratarse de convocatorias/testimonios, deseos/emociones, las conversaciones que vimos en el

#YoSoy132 impactaron la realidad electoral. Partieron de ideas que se cosificaron en marchas, planes de trabajo, líderes de opinión, vigilancia en las elecciones, organización de un tercer debate, entre otros acontecimientos. En términos privados, estas formas de información impactaron experiencialmente a cada uno de los sujetos que formaron parte del movimiento y que buscaron desarrollar su propia concepción de lo que es la democracia.

Según López (2013), el #YoSoy132 es una manifestación de continuidad respecto a un proceso de ciudadanía “cívica” iniciado en los años noventa, una forma difusa de actor social que vela por su iniciativa personal, más que por las convocatorias masivas. Por su parte, Warkentin (2011) asegura que las redes sociales son el espacio que los medios de comunicación siempre le negaron a la sociedad ciudadana; afirma también que a lo largo del ciclo de comunicación de 360 grados, los sistemas noticiosos se apropian de lo que circula en las redes sociales –las cuales ya son consideradas fuente noticiosa– y éstas a su vez recurren a los medios masivos para enriquecer la información en tiempo real. Esto genera una dinámica social y mediática que realimenta a la vez los procesos sociales, intensificando la reapropiación de los medios. De esta manera el usuario es proveedor de información desde su individualidad, aunque inmerso en la red.

Podemos entender mejor esta interacción donde la subjetividad y la máquina comparten una identidad, bajo el resumen que Hayles (2003) propone:

1) Pasar de la conciencia localizada en la mente a la cognición distribuida.³⁴

³⁴ La conciencia es un término que se refiere a operaciones que se llevan a cabo en el neocórtex fundamentalmente, mientras que la cognición abarca la conciencia, además de otras áreas del

- 2) Pasar del individuo como la unidad privilegiada de análisis a los componentes complejos dinámicos de interacción
- 3) Pasar del contexto unitario de una lengua específica en un contexto limitado culturalmente mediante una persona situada (el “tú”) a una serie de contextos sobreponiéndose en cascada, operando en contextos a escala macro y micro y mediante especificidades encarnadas.
- 4) Pasar del humano como una persona contenida y determinada en sí misma y por sí misma, que se define como contraria al autómata, al ser humano como un ensamblaje que contiene tanto partes biológicas como no orgánicas, los cuales podrían ser autómatas aislados pero capaces de emerger cuando se ejecutan en un sistema cognitivos extendido. Es decir, se transita de la persona definida por una conciencia individual a un colectivo definido por emergencia o por surgimiento.

III.2 La creatividad y el humor. Dos aspectos humanizadores presentes en las conversaciones en línea

Para entender el papel de la creatividad, tenemos que reconocer el valor de la copia y del consumo audiovisual en un contexto masivo que se ha ido atomizando. Debemos entender la imagen digital en tiempos posmodernos y, al respecto, Darley (2002) basa su postura acerca de la posmodernidad fundamentalmente en

córtex, como el sistema límbico, el sistema nervioso central, el sistema nervioso periférico, las vísceras (cruciales para la operación de las emociones) así como otros sistemas nerviosos y órganos. Por lo tanto, la conciencia es una forma de conocimiento un tanto limitada. Hayles la caracteriza como un “parafenómeno”, pues incluye el raciocinio de la conciencia, pero además integra otras fuentes de información, permitiendo una experiencia más amplia de la relación con el mundo, independientemente de que se tenga “conocimiento” de ello o no.

tres autores: Baudrillard (1981), Benjamin (2003) y McLuhan (1968). Para él, la técnica es importante no por su carácter productivo sino por su mediación, asentando así que la tecnología “estructura al mundo” y, como intermediaria, posee las herramientas para moldearlo. Esto tiene grandes alcances porque coloca las particularidades de una forma tecnológica y las relaciones que genera (experiencias y efectos) por encima de un análisis del contenido o significado que sus mediaciones producen.

Sin embargo, en el contexto de comunicación de convergencia tecnológica en la era web 2.0, estamos ante un escenario de hipermediaciones. Por lo tanto, para hablar de imagen digital hay que tomar en cuenta adicionalmente: 1) su carácter procesual y dinámico; 2) su hibridación con nuevos géneros mediáticos; 3) su entretrejo con los procesos culturales y sociales; y 4) la participación de sus usuarios (prosumidores).

Además hay que considerar que en estos tiempos de subjetivación por la producción mediática, el medio no sólo moldea al mundo, sino que adquiere la naturaleza estilística personal, reciclando su procesualidad con contenidos dinámicos. Al ser computable, pierde adicionalmente su formato, su contexto de creación y su unicidad, pues se crea expresamente para ser reproducido. Tendríamos que preguntarnos por lo tanto, qué relación existe entre la copia (fuente de nuestra interactividad) y la noción del original en estos tiempos.

En el arte, dice Benjamin (2003), la reproductibilidad se ha reflejado en el hecho de que cada vez se hacen más obras *ex profeso* con la intención de que sean reproducidas. La reproductibilidad extrema es la velocidad, el exceso, la sobreproducción de mensajes e información, los cuales no sirven para significar,

sino para difuminar sentidos.

Al respecto, Rodríguez (2013) reflexiona sobre la manera en que la reproducción de un producto se asocia siempre a la falsificación o a la interpretación de la obra o de la propia reproducción. Se asocia, pues, a la idea de tener un objeto que no posee el mismo rango del original. Si la obra de arte, como “la norma de autenticidad” (Rodríguez, 2013), fracasa en la producción artística – en el sentido de que no es único ni irreplicable –, se trastorna la función integral del arte, obligando a éste a reinventarse, pues de no hacerlo el valor de arte se reduciría a su valor exhibitivo.

La copia, en cambio, tiene su razón de ser en su mayor accesibilidad a las masas. Su portabilidad le permite llegar a gran número de personas, mientras que la obra original sólo es accesible para unos cuantos. El costo es que la copia existe sin historia ni significación (el valor intrínseco de una obra es el contexto ritualístico en el que se creó, de ahí su aura de lejanía e inaccesibilidad), por lo que carece de valor cultural, no obstante su alto valor de exhibición. La copia posee por ello un valor netamente estético, pero su mayor valía radica en que forma parte del imaginario colectivo del que se apropia cada usuario. Es decir, su reproducción universaliza a la obra al hacerla ubicua y de dominio común.

Entonces, la afectación ocurre en la recepción: la idea de que un objeto es una copia reproducible implica que la obra se transporta, adquiere un formato ubicuo, se deslocaliza. Su recepción tiene lugar en un terreno que no era su espacio original y por ende, corre el peligro de adquirir una connotación ajena a la original, como por ejemplo, la politización de la copia. A este respecto, Horkheimer y Adorno apuntan que “la técnica de la industria cultural ha llegado sólo a la

igualación y a la producción en serie, sacrificando aquello por lo cual la lógica de la obra se distinguía de la del sistema social...”, según los cita Rodríguez (p.4). El peligro de la descontextualización ya se ha comentado en el presente capítulo y el tema amerita discutirlo más a fondo en el capítulo IV correspondiente a la comunidad virtual, en el subpartado de autorregulación. Recordemos que, efectivamente, puede tener implicaciones graves en términos de desinformación, manipulación o negligencia, así como la más obvia en un contexto creativo: el plagio.

La obra de arte, al perder su carácter único, deja de lado el contexto de la tradición artística. Con ello pierde su aura, la cual jamás puede ser sustituida por la copia. Al desligarse de su contexto histórico, geográfico y autoral, la significación de ésta se irá desvaneciendo con la masificación, por muy indisoluble que sea la originalidad de una obra. Sin embargo, es importante aclarar que la sustitución que el arte sufre mediante la copia, atentando contra su autor, o al hecho de que la copia se acerque a las masas *per se*, se da porque la recepción de dicha copia se suministra en un entorno masivo, pues ese es su nuevo contexto cultural (Rodríguez, 2013).

La recepción en un contexto masivo tiene diversas implicaciones. Primeramente, el tiempo destinado a la contemplación queda abolido. Dice Baudelaire que lo eterno, íntimo y sagrado de una obra queda relegado al valor del momento, al valor del instante, en un “continuo presente” (Rodríguez, 2013). Efectivamente, el valor ya no radica en una condición determinada por el curador, el filósofo o el artista, sino por el público y por el tiempo que éste destinó a la obra. Esta es la democratización del valor de una pieza, pues pasa a las manos de un

público cuyo ocio se vuelve valioso. Es decir, el espacio de recreación e intelectualidad ha adquirido poder y puede contrarrestar formas de recepción impuestas. Dicho más claramente, mediante una obra, el público ejerce su autonomía, al recibir herramientas “estéticas” para entender qué es el arte y prepararse para la manipulación, pues practica una recepción y producción cognitiva.

De hecho, así culmina el consumo posindustrial que caracteriza Manovich (2003): en un consumo estandarizado en la modernidad, que en la actualidad devino en personalizado. De este modo el contexto de la reproductibilidad técnica inaugura la activación participativa de los públicos. Fomenta que el arte, como ejercicio de lo intelectualmente valioso y superior, sea disfrutado y sopesado por un público mediante la copia, cuyo valor se vuelve cotidiano y la cual permite que otros ejerciten su propia libertad. Es precisamente en los inicios del siglo XX cuando la sociedad de masas asume lo público y lo institucionaliza en museos, por ejemplo, concebidos como espacios para que todos accedan a obras valiosas o de patrimonio nacional, y cuyo consumo no se limite a una elite cuyo consumo le permite ser ociosa (Rodríguez, 2013).

Por otra parte, en una lectura posmoderna o contemporánea, la universalidad como valor es cuestionable, pero se aprecia estilísticamente, sobreviviendo en su formalismo, tal como lo veremos en el capítulo V, correspondiente a la empatía. Esta simulación ultra detallada de formalismo es lo que más caracteriza a la imagen profesional digital. Por su parte, la ambigüedad de lo transitorio como estado presente se mantiene desvaneciendo los sentidos, si se piensa que la interacción se da mediante copias y en entornos públicos. Por lo tanto, la

recepción queda enmarcada por un contexto determinado y por la contingencia transmediática de la lectura, además de la apropiación que de ella haga cada lector/usuario.

Dicho de otra forma, la conciencia de cambio que se tiene en la modernidad se acentúa en las formas de consumo cultural de las sociedades posindustriales, generando una postura contemporánea, es decir, una de autosuficiencia e iniciativa personal que supera las formas creativas entendidas en el legado moderno. Este cambio inicia en la modernidad, cuando el desarrollo tecnológico permite la reproducción de la copia. Con ella se genera una concepción creativa y de poder de la masa antes inexistente con respecto a las figuras de autoridad (en este caso, autoridades creativas y de conocimiento como el artista-genio, la institución museística, o el curador)

Estas prácticas han permanecido hasta nuestros días, traducidas en un cuidadoso culto a la individualidad, producto cultural de corrientes como el *DIY* que reina desde hace décadas, la importancia ecológica del reciclaje, la conciencia de la obsolescencia de los productos y servicios, el activismo, la defensa de los derechos, el empleo ciudadano de las redes sociales o la manifestación artística de los aficionados. Así vistas, las consecuencias son enormes: Rodríguez (2013) explica que, derivado de la aparición de la prensa, emerge la competencia literaria como patrimonio común, con la implicación de que cualquiera puede ser público, pero también que cualquiera puede ser artista. Para Benjamin, remata el ensayista, la participación es, pues, la clave para subvertir el *statu quo*; es una manera de luchar contra la imposición y de buscar la transformación creativa a nivel social.

Por ello, reiteramos, el arte de los tiempos masivos (siglos XIX y XX) es el contexto natural para el diseño y es cuando el sujeto contemporáneo cobra vida, dada su capacidad de individuación productiva. Para Acha (1988), la sistematización de la producción estética se refiere a la base técnica mediante la cual se forjan relaciones creativas en la actualidad. Es así que Echevarría (2003) puntualiza una nueva demanda y responsabilidad que la era de la reproductibilidad técnica ofrece a las audiencias: "...ejercita a las masas en el uso democrático del 'sistema de aparatos' –el nuevo medio de producción– y las prepara así para su función recobrada de sujetos de su propia vida social y de su historia". (p.22).

Las transformaciones sociales que surgen del empleo de estas tecnologías no sólo inciden en la concepción humanista del ser humano con respecto a su identidad sino también en la transformación de la naturaleza misma del conocimiento al ofrecer todos los referentes y objetos culturales en un solo dispositivo. Con esto cuestionan dos nociones básicas del quehacer humano: su creatividad y su libertad.

Por tanto, un ejemplo de esta autodeterminación creativa se encuentra en el uso del humor. En el caso de nuestro estudio, si la motivación de las conversaciones en línea es la socialización, entonces el empleo informal del lenguaje no sólo connota esta idea, sino que explica por qué el humor es tan recurrente en las redes.

Como manifestación de la estética de lo cómico, el humor –afirma Sánchez Vázquez (1992)– significa tener conciencia de una contradicción en la realidad, y se presenta como una genuina expresión de libertad creativa. La comicidad es uno de los pocos estados humanos que subvierte lo valorado por el discurso

dominante al desvalorar o redimensionar aquello que espreciado por la sociedad. Al hacerlo, sin embargo, no agrava la situación (como lo haría la tragedia), ni se toma en serio; en eso radica su gran poder de crítica, pues aunque es inofensivo, muestra su desaprobación.

Un rasgo característico de las conversaciones en línea son las recurrentes manifestaciones cómicas que pretenden burlarse o ironizar sobre algún acontecimiento coyuntural, ya sea porque se le considera absurdo o porque se le condena, ante la impotencia de incidir en él. Los usuarios optan entonces por crear chistes, fotomontajes, videos (que si se popularizan masivamente reciben el adjetivo de “virales”) o animaciones (conocidas como “memes”) y demás objetos mediáticos cuya intención es deformar la realidad mediante la sátira. En nuestro estudio de caso, el humor fue particularmente notorio en las tendencias que formaron parte del #YoSoy132: #MeEscondoEnElBañoComoEPN, #notodoesfutbol, #EPNaLaCárcel, #DeYoSoy132Aprendí, #SiYoFueraPresidente, #tantititacongruencia, #EPNNuncaSeráMiPresidente, #FueronLosPorrosDeEPN, #YoSoyUnPincheVandalo, #YoNoFui. Inclusive, podemos incluir otras tendencias previas al movimiento que forjaron migraciones de opinión (como se menciona en el capítulo de la metodología) ocurrida meses antes, como fueron: #LibreríaPeñaNieto, #TuiteoComoHijaDePeñaNieto, #ForeverProle, #NoSoyLaSeñoraDeLaCasa. Todas estas conversaciones buscaban compartir ña risa ante la indignación.

La impotencia es un estado emocional importante para la creación de objetos cómicos, ya que surge de la lectura de un acontecimiento que a juicio del usuario no debiera ocurrir. Consciente de que el acontecimiento en cuestión escapa a su

propio campo de acción, el usuario elabora un chiste al respecto para encauzar su indignación y frustración, visibilizando el tema de manera creativa.

La sensibilidad para convertir asuntos graves en frívolos (Sontag, 1964) surge precisamente aquí: al concebir de manera artificiosa y ridícula un asunto que produjo un disgusto, pero cuyo fracaso podría causar gracia. Es decir, ante las aspiraciones “grandilocuentes o pretenciosas de los asuntos serios”, el juego y el humor son mecanismos creativos en el sentido literal de la palabra (no tienen otra intención que la experiencia compartida de la risa o el llanto, según sea el caso), para sobrellevar la impotencia. Y esta manera de socializar es muy común en las redes sociales, donde se promueve el espíritu de la horizontalidad, la equidad, la crítica y, sobre todo, la informalidad. Es el espacio de lo real, despojado de pretensiones o simulaciones institucionales.

No es cuestión menor el hecho de que la circulación de contenidos haga uso de estereotipos y convenciones (de hecho, lo multimedia se basa en gran medida en ellas), sobre todo si se entiende el papel de las industrias del entretenimiento popular,³⁵ que son, finalmente, el espacio de “la gente” y hacen uso de lo común: la convención. Así, el lenguaje de los medios de televisión y la cultura publicitaria – lo *kitsch*, el mal gusto, la conciencia del fracaso, sus escenificaciones por encima de los medios de cultura altos, serios o científicos; el sentimentalismo, la cursilería y toda parafernalia que nos indica lo falso que aparenta ser la realidad– entra con fuerza, pues revela una conciencia del rompimiento de la simulación. El papel del humor es, precisamente, desenmascarar cuán verdaderamente miserable y vulgar

³⁵ Darley (2002) se refiere a estas formas como modos de reproducción y consumo cultural que practican las masas.

es, efectivamente, la realidad. Mucho más de lo que nos la presentan.

Las representaciones ingeniosas muestran la burda escenificación por parte de los usuarios para asimilar la tragedia de la contradicción que han detectado. Así, al asumir su propia ingenuidad –al igual que el *camp*–, lo cómico es, efectivamente, la estética del fracaso.

En el caso de México, tenemos una gran tradición de cartonistas que hacen uso del humor en los periódicos y otros formatos. Son los encargados de expresar la desaprobación desde el ingenio y la burla a nivel masivo en la prensa nacional. Desde el pionero Constantino Escalante y José Guadalupe Posadas, hasta nuestros días, la mayoría de estos artistas políticos critican al poder, la sociedad y sus valores. Entre los *moneros* actuales se encuentran Rafael Barajas Durán “el Fisgón”, José Trinidad Camacho Orozco, “Trino”, José Ignacio Solórzano “Jis”, José Hernández, Búlmaro Castellanos Loza “Magú”, Rogelio Naranjo, Paco Calderón, Eduardo Huberto del Río “Ríus”, entre muchos más.

III.3 Identidades en la red

Un avatar es una construcción que consta de una imagen (en 3D o 2D) y un texto (*nick*) que acompaña cada comentario o enlace propuesto por el usuario para identificarse en el espacio digital. El avatar es entonces la imagen de perfil personalizada que permite sostener conversaciones en las redes que teje cada usuario.

El término *avatar* tiene su origen en los juegos de rol y los videojuegos, y es una representación virtual y gráfica a la vez de los usuarios-jugadores como competidores en el espacio virtual. El avatar es una especie de personaje, con

todas las implicaciones ficticias, aspiracionales y realistas que ello implica, pues pasa por el proceso de edición, selección y gestión de imagen de cada usuario. Actualmente, la representación de la identidad se ha generalizado en las tecnologías web 2.0 de redes sociales como Facebook, Twitter, Youtube y Flickr, o bien, de los llamados nuevos medios de comunicación, pues todos implican crear una cuenta personal. También se utiliza en formas de comunicación más antiguas como la mensajería instantánea y los foros virtuales. Así, la construcción de identidad oscila entre dos posibilidades: la reinención en el espacio virtual, o bien, la continuidad de sí mismos, con fines de transparencia.

A pesar de las múltiples intenciones que puede haber en la creación de perfiles en línea, todas tienen algo en común: buscan generar comunión y empatía entre sus redes, guarden o no relación verídica con la identidad real del usuario.

Como se ha comentado, la disolución de identidades en el espacio digital tiene que ver con la tradición de la corriente filosófica del poshumanismo y de la ciencia ficción de tipo futurista, con la figura de organismos cibernéticos (ciborgs). El poshumanismo pretende justificar toda forma de alteración artificial encaminada a mejorar los procesos biológicos y naturales. La perfectibilidad de las ciencias aplicada a las formas de vida que es frágil, mortal y accidental, afecta lo que se entiende por ser humano como tal. Con la intervención que rompe el orden natural de la biología, se propicia el cuestionamiento de la identidad: ¿dónde se localiza, en la mente, en el cuerpo? Cobra así relevancia la idea de las identidades múltiples y fluctuantes, pues la corporalidad del ser humano ya no se compone exclusivamente de materia viva, sino de híbrido(s) informacional(es) y/ o inorgánicos (*muertos*) que se suman a lo matérico-vivo.

Por lo tanto, con la integración de elementos artificiales al cuerpo y/o con el empleo de artefactos para interactuar, la conciencia humana experimenta nuevos modelos de subjetividad en los cuales la identidad se descentraliza. El caso del cuerpo virtual como extensión de la corporalidad-presencial presenta la misma idea: un cuerpo no deseado, caduco o que estorba, puede ser reemplazado por uno con características que plazcan al usuario en línea, a su semejanza y/o con las propiedades que siempre quiso tener. El mundo tras la pantalla ofrece una segunda alternativa de vida.

Con respecto a los organismos cibernéticos, mejor conocidos como ciborgs, autores como Haraway (1991) hablan de la necesidad de construir ficciones regulatorias para poder sobrevivir a la opresión y objetivación de la que son sujetos los cuerpos, ya sea por su sexo o por su naturaleza. Por ello, a pesar de que el ciborg es una fantasía nacida de la tecnofilia y tecnofobia, y se encuentra en la literatura de ciencia ficción, el organismo híbrido nos permite reflexionar sobre la construcción de identidad. En específico, propone una identidad distribuida, con partes maleables, aumentables y, mejor aún, con la identidad como posesión exclusiva del usuario, y no del *otro*, que suele objetivizar y cosificar al sujeto. La identidad es entonces el gran privilegio y la incógnita a guardar en línea. Como consecuencia de lo anterior, los perfiles y avatares creados por los usuarios para sus cuentas son formas de conciencia extendida (Hayles, 2010) que cuestionan los principios de encarnación y presencia como cualidades clásicamente asociadas a la condición humana.

III.4 Conversación y lenguaje

Quizás por la ambigüedad con respecto a la identidad, el comportamiento en las conversaciones suele ser informal. Además, el usuario puede dar muestras de irresponsabilidad y falta de compromiso con lo que publica. Esto a pesar de que en el medio digital todo queda registrado, con la facilidad de consultar la actividad en línea (los historiales, por ejemplo). Como bien indican Ardèvol, Beltrán y Callén (2003), la posibilidad de ser invisible y anónimo da rienda a una expresividad que quizás no se presentaría en un encuentro presencial.

A nivel lingüístico, esta hibridación no sólo refuerza la informalidad del comportamiento, sino que afecta cognitivamente a los sujetos. Hoy en día, una nueva revolución biotecnológica –junto con la de telecomunicaciones e información– está redefiniendo a la humanidad. Con la electricidad entramos a una fase espacial de *happening* por la simultaneidad de los acontecimientos no lineales, finalizando la dimensión cartesiana-renacentista (Fiore, 1968). En términos lingüísticos, estaríamos confrontándonos a la hiperestimulación sensorial y cognitiva de la convergencia de medios y sus lenguajes correspondientes, lo cual en el ámbito multimedia y bajo la lógica de asociación del hipervínculo, produce una forma de comprensión del conocimiento que a la fecha no se ha estudiado cabalmente.

Si bien el lenguaje como medio de extensión del ser humano ya existía antes de las comunicaciones, el lenguaje textual y visual es, según McLuhan (1968), predominante desde la revolución tecnológica de la imprenta, dándole protagonismo al órgano sensorial de la vista. Sin embargo, con los medios

electrónicos surgen formas multilingüísticas, dada el potencial del recurso multimedia. La intención de la comunicación es estructurar la cultura por medio de productos-mensajes. Las visualizaciones, las comprensiones y las representaciones sensoriales-virtuales suelen estandarizarse para facilitar el manejo de sentidos.

Las representaciones dependen en gran medida de la cultura a la cual se encuentre vinculado el medio comunicativo. Así, por ejemplo, la cultura textual-visual tiene como referencia predilecta el libro ilustrado; la cultura visual y audiovisual tiene el cine y la televisión –responsable de dotarnos de un pensamiento visual (Žižek, 2006)– y la cultura audiovisual-hipertextual tiene como ejemplo prácticas artísticas tales como el performance, los videojuegos y los sitiosweb.

A pesar de las diversas manifestaciones representacionales, el lenguaje verbal se mantiene como el medio más privilegiado hasta la fecha. Los lenguajes derivados de él (cinematográfico, literario, visual, hipertextual) son variantes o traducciones del mismo. Sin embargo, la palabra y el verbo en específico son vehículos de pensamiento adecuados para la comunicación, pero insuficientes para las necesidades afectivas o expresivas. Los acontecimientos que surgen de una experiencia son de naturaleza vivencial y, por lo tanto, son subjetivos. Así, el jugar un videojuego, interactuar por medio de un avatar o ver una obra de teatro seguirán siendo formas impresentables de representar como experiencia y, por lo mismo, de verbalizar.

A pesar de sus carencias con respecto a la experiencia y la subjetividad, el lenguaje comunica ideas e identidad. El lenguaje permite representar lo posible y

lo imposible. La representación de nosotros es lo que se conoce como conciencia. Según nos concibamos, seremos representados por nosotros mismos.

Los nuevos medios de comunicación y la producción multimedia, como el cine y la televisión, empezaron a aplicar los lenguajes de una manera nueva, forjando uno propio. El lenguaje multimedia e hipermedia que está desarrollándose en las comunicaciones de la web 2 se encuentra en plena experimentación; no obstante, ya está resultando en algunas convenciones como, el empleo de íconos de escritorio que emulan tareas administrativas: archivos, documentos, o incluso comandos que provienen de las disciplinas artísticas (*zoom in, out*) o los de “copiar y pegar” (Manovich, 2005).

Por lo tanto, en los medios electrónicos, las disciplinas y los lenguajes se reciclan para formar nuevas expresiones y posibilidades comunicativas. Sin embargo, predomina el lenguaje de lo multimedia, que junto con el hipervínculo y las tecnologías de la web 2.0 ofrecen experiencias cognitivas multisensoriales que, a la vez, innovan el lenguaje multimedia en sí.

III.5 Definición de Nuevos Medios de Comunicación

Al hablar de las habilidades *performativas* para interactuar con los contenidos digitales, Manovich (2008) se refiere al comportamiento informacional (2003), pues dichas habilidades tienen que ver con la naturaleza interactiva y de conectividad del medio digital.

Manovich (2001) propone cinco principios para diferenciar a dichos medios nuevos de los viejos (medios modernos o medios masivos). Los nuevos medios son entendidos bajo una lógica informacional donde el medio en cuestión debe

poseer representación numérica, ser modular, tener la capacidad de automatización, poseer variabilidad y ser transcodificado.

La representación numérica se refiere a que el medio digital sea programable y, por tanto, posea una estructura fractal que lo defina como un objeto modular, con la posibilidad de conformar medios más grandes sin que su estructura interna sea afectada o comprometida (un píxel forma parte de un fotomontaje, un fotomontaje forma parte de una película, por ejemplo). En el caso de una conversación, un usuario publica un vínculo, el cual abre a una noticia, o a un video o a una imagen.

Con la codificación numérica, los nuevos medios poseen el tercer principio, es decir, operan de manera automatizada. La automatización se refiere a la ejecución prediseñada, por lo que son posibles las soluciones con base en plantillas, esquemas y aplicaciones sin que sea necesario un gran dominio de cierto programa. No obstante, se debe matizar: la automatización existe con un nivel alto o bajo, según las necesidades del usuario respecto al objeto mediático diseñado, lo cual significa que la creatividad humana se ve condicionada necesariamente por el dominio del programa.

El penúltimo principio es la variabilidad, es decir, la facilidad para presentar objetos mediáticos en diversas versiones y salidas. Consiste en el empleo de los dos principios previos –la representación numérica y la modularidad–, dando paso a lo que Manovich (2008) denominó años después como especies mediáticas híbridas es decir, medios que no existían previamente y que son producto de la mezcla de otros. La variabilidad también se refiere a que mientras en los medios modernos se usaban prototipos para generar copias de objetos, en los nuevos

medios la modificación constante es la característica principal de los contenidos, lo cual ofrece una experiencia narrativa transmediática intermitente o dinámica.

Finalmente la transcodificación consiste en el proceso de convergencia para moldear, presentar, representar y clasificar contenidos a través de la computadora, por lo que se habla de dos capas: una capa computarizada y otra cultural, la cual opera por medio de convenciones para identificar los códigos y objetos digitales representados en la interfaz.

Por analogía, Manovich (2001) también define los nuevos medios en términos de los medios masivos. Estos últimos son medios modernos, es decir, hacen uso y contemplan las tecnologías con miras a un perfeccionamiento de las sociedades racionalizadas e industrializadas que comparten los ideales de la Ilustración. Los medios de masas son además, en realidad, la historia de la difusión de ciertas creencias e ideologías: la fotografía, el cine, la imprenta, la radio y la televisión garantizaron la permeabilidad al discurso dominante. Mientras que estos medios se caracterizan por crear producciones estandarizadas, los nuevos medios, por el contrario, ejemplifican una sociedad postindustrial individualizada, con la posibilidad de crear contenidos para el autoconsumo, la autorrepresentación y la convocatoria personal.

Por su parte, Pardo, Cobo y Scolari (2011), autores del ahora discontinuado blog en español Digitalismo,³⁶ también han propuesto una división conceptual a partir de la comparación con los medios de comunicación masivos, subrayando el impacto que las tecnologías tendrán en la educación. En su libro electrónico

³⁶ <http://digitalistas.blogspot.fr>

Planeta web (Cobo y Pardo 2007), definen los nuevos medios contraponiéndolos con los medios masivos de comunicación (MMC). Los nuevos medios de comunicación (NMC) aportan un pensamiento colaborativo³⁷ y holístico, además de una noción espacial compleja (hipermedia) e interrelacionada. La web 2.0 es una oportunidad para generar y distribuir conocimiento, y para la expresión personal, ubicua instantánea y omnipresente. En contraste, los MMC formaron un pensamiento lineal y una racionalidad cartesiana, además de promover una experiencia individual.

Los MMC son unidireccionales e impositivos, se caracterizan por la persuasión y el entretenimiento. Su destinatario final es un público uniforme; sus mensajes son estandarizados y masivos. Son canales de extensión ideológica y de control, y promueven hábitos de consumo y prácticas de aislamiento social. En contraste, los NMC son pluridireccionales y horizontales, y mezclan el ocio con la información o, dicho de otra forma, la política con el entretenimiento. Se caracterizan por ser observadores de los MMC y demás canales del discurso dominante (Cobo y Pardo, 2007). Su finalidad es compartir y/o entretener.

³⁷ La incidencia en la personalización y la noción comunitaria es una consecuencia de la sensibilidad posmoderna, la cual, para efectos de esta propuesta, se entiende como una superación de la crisis del proyecto de modernidad. Sin embargo, la posmodernidad no es un proyecto que continúa a pesar de las ruinas modernas, sino más bien una sensibilidad o actitud crítica frente a las promesas modernas, generando iniciativas particulares que, en el caso de los medios de comunicación, serían: el movimiento ahora tradicional del *DIY* (“hágalo usted mismo”) y la incorporación de la tecnología multimedia y posmedia en la vida cotidiana, originando una cultura hiperestimulada que aboga por el compromiso (redes, comunidades, *glocalidad*) y la individuación.

III.6 Fenómeno del Bullshit y el consumo en los nuevos medios

Con respecto a la creación de contenidos, una de las grandes críticas a los medios en línea es el riesgo de generar el llamado *bullshit*, que se presenta como charlatanería o producción de aficionado con fines desinformativos. El contenido desinformativo es el ruido que genera el rumor por encima del contenido valioso. El *bullshit* forma parte de los grandes desafíos de la escritura colaborativa en las tecnologías web 2 (Cobo y Pardo, 2007).

En los MMC, el mensaje era una extensión de instituciones o fuentes de poder; por el contrario, en los NMC, los usuarios producen mensajes personalizados, como extensión de sí mismos, con contenidos que a menudo sacrifican la capacidad de crítica y análisis para dar paso a un entretenimiento hueco o a prácticas abusivas que pretenden ser democráticas (bajo el argumento de que se ejerce el derecho de opinión). En ese sentido, promueven el culto a la personalidad y pulverizan los conocimientos que son reproducidos y producidos, dando como resultado una cultura de fuentes difusas y tendenciosas (Simone, 2001).

Sin menospreciar el riesgo desinformativo que existe en las conversaciones en línea, sobre todo derivado de la descontextualización y volatilidad de contenidos, debemos tomar en cuenta estrategias para encontrar sentido a las conversaciones. **Dada su semejanza con la cultura narrativa audiovisual, una manera de dar lectura a las conversaciones en línea es tomar el cine como referencia: se requiere encontrar el montaje de cada género.**³⁸ Dado que los

³⁸ En la convergencia tecnológica, las nuevas especies de medios son una constante. Por lo tanto,

géneros mediáticos son procesuales y se funden entre sí, el identificar el género que el contenido emula sería el inicio semántico, dentro de muchos otros caminos más. Las evocaciones se dan, además, por signos iconográficos, pues reproducen ciertos aspectos de la realidad y, sobre todo, porque en la multimedia están todas las representaciones directas de lo que es real: la pintura, la fotografía, los registros y todos los medios de reproducción. Además, siguiendo el empleo comunicativo, los signos también son convenciones y estereotipos que recaen en gran medida en la cultura visual de cada usuario. Aunque no podemos hablar de géneros finitos y definidos en los nuevos medios de comunicación, sí podemos inferir ciertos códigos de diversos lenguajes empleados multimodalmente para decodificar y responder multimediáticamente.

La conversación en línea se da por la publicación de comentarios personales, o bien, compartiendo objetos mediáticos existentes. En el caso de Twitter, las conversaciones son influidas por el canal en el que se desarrolla la comunicación o por las tendencias del momento (*trending topics*), donde un tema en particular cobrará relevancia en función del volumen de usuarios que compartan el mismo tipo de información.

Con respecto al lenguaje de estas conversaciones, la computadora, como un gran simulador de los sentidos diversos (de la vista, del oído y como una forma de memoria infalible de información), es un metamedio, donde conviven y se mezclan cada una de estas simulaciones de medios y sus lenguajes correspondientes. Como resultado, la comunicación estándar de las computadoras es la multimedia,

por encima del sentido, muchas veces quedan la sensación y la emoción.

es decir, la unión de las tradiciones lingüísticas y gramaticales del audiovisual (lenguaje cinematográfico, cine digital, recursos televisivos), de lo visual (comunicación visual, diseño gráfico, cartel) y de lo sonoro (lenguaje radiofónico, poesía sonora).

El metamedio que es la computadora produce mensajes que, en opinión de diversos autores, imitan la comunicación oral (Ardèvol, Beltrán y Callén, 2003) y representan relaciones sociales reales (Martínez y González, s/f). Sin embargo, mientras una charla informal entre amigos revela información de manera involuntaria, gracias al contexto (escuchando los acentos prosódicos, interactuando en el diálogo e interpretando lo que se dice; así como decodificando el lenguaje corporal y tomando en cuenta el ambiente que rodea la conversación), ante una computadora estamos estimulados multisensorialmente mediante el interfaz. De esta manera, las comunicaciones son producidas por los caracteres ASCII, las palabras escritas, los emoticones (referentes visuales icónicos de estados emocionales) y los puntos de entonación.

Aunque se podrían tener equivalencias lingüísticas, paralingüísticas y no lingüísticas en las conversaciones en línea, las condiciones de la recepción de la información son muy distintas. La comprensión de dichas conversaciones podría requerir de análisis semejantes a la semiótica. Scolari (2011) propone llamar a este proceso narrativa transmedia, porque no consiste en una transformación de una semiótica a otra, sino en información referenciada que se traduce de manera inexacta y es abordada por diversos textos (medios); de ahí que él proponga la intertextualidad, la interdiscursividad y la intermedialidad.

La intertextualidad alude a una forma de comprensión individual, pero sin

tomar en cuenta el contexto digital de la imagen. Al respecto, Darley (2002) explica que la imagen digital es una formalización ultradetallada que puede oscilar entre el empleo híbrido de convenciones pasadas y una imagen ambigua que sorprende por su superación *extraña* del referente analógico. Su concepción formalista de la imagen digital –como síntesis de convenciones, estilos e historias pasadas (Darley 2002)– sacude también por su hiperrealidad e imágenes “imposibles”.

Con respecto a las fallas gramaticales u ortográficas, o el empleo erróneo del lenguaje escrito, recordemos que se pretende recrear la agilidad e informalidad de una charla, por lo que autores como Levis (2007) consideran que los usuarios emplean el lenguaje de manera descuidada y familiar porque las conversaciones son desechables. Este “ambiente de amigos” produce lo que se conoce como escritura colaborativa; es decir, la construcción del diálogo es obra de todos los usuarios involucrados, por lo que se cuida la interacción más que la narración. La interacción tiene por objetivo el juego, el humor y la identidad personal.

Entre las comunicaciones digitales también se están forjando convenciones propias que evidencian la evolución de la lengua en esos entornos específicos. La lengua de los chats poco a poco se estandariza a las formas del idioma convencional. Así, en la convergencia tecnológica coexisten distintos lenguajes, cada uno con sus propias convenciones gramaticales. Sin embargo, esto no quiere decir que haya una sumatoria; más bien, la tendencia en los objetos mediáticos es la hibridación en términos de lenguaje, géneros, formatos y productos (Manovich, 2005; 2008).

La convergencia tecnológica permite que los medios existentes se apropien de las cualidades de otros medios, y viceversa. Así, la computadora no sólo es un

traductor lingüístico de un medio a otro (imagen a sonido, sonido a imagen, datos cuantitativos a imágenes 3D, visualización de la información, etc.), sino un generador de nuevos medios y productos, inexistentes antes de la digitalización e intervención de un programa. Por lo tanto, la multimedia es una fase lingüística que está siendo superada por los híbridos mediáticos, pues más que la presentación de contenidos de diversos medios que se mantienen aislados entre sí, la tendencia es la mezcla o el *mash up*.

En términos comunicativos, el *mash up* es la integración de contenidos en una aplicación para facilitar su empleo; su construcción como producto posee diversas finalidades al ser articulado por rutas (vínculos hipertextuales) hacia otros contenidos ya existentes. La construcción no se centra en la generación de contenidos, sino en la oferta de elecciones sobre ese objeto mediático en particular. Lejos de imitar el medio periodístico en línea, o el medio publicitario, por ejemplo, el *mash up* se centra en generar una experiencia única basada en la vinculación de contenidos a elección del usuario, para mostrarle alternativas que otros usuarios ya habían elaborado, y a diferentes niveles de profundidad. Cuando la multimedia se hibridiza, gracias a las tecnologías web 2.0, se vuelve no sólo una experiencia multisensorial, sino cognitivamente más compleja.

La imagen visual o audiovisual ofrece información emocional e inmediata, que es comprendida y asimilada más tarde. Esto significa que la imagen posee una experiencia de seducción (estética) que permite pensar en sensaciones e imágenes. Las lagunas semánticas permiten una participación del usuario, quien completa la experiencia subjetiva de sentido. Por el contrario, el texto ofrece información abstracta que debe decodificarse, ofreciendo una experiencia

informativa, lenta y conceptual que pretende objetivizar la información.

Con la hipermedia como un metalenguaje que combina diversas rutas y vínculos hacia un mismo objeto mediático de construcción multimedia, la experiencia se vuelve no sólo estética sino cognitivamente más demandante porque los diversos sentidos están siendo estimulados. Martínez y González (s/f) aseguran que las estructuras neuronales se asemejan al hipertexto; ahí, la carencia de orden en los contenidos es mejor comprendida por las generaciones que crecieron con la web 2.0 que por quienes emplean las tecnologías convergentes desde hace relativamente poco tiempo (también conocidos como no nativos digitales o migrados digitales. Para estos últimos, la relación con los entornos digitales es mucho menos natural que los nativos digitales, usuarios jóvenes que comprenden la lógica del hipertexto y de las diversas aplicaciones y formatos de la web 2.0 (Martínez y González, s/f).

III.7 Trascendencia en los medios digitales. Compartir mi mundo

Al hacer un recorrido por la noción de la mistificación de la experiencia humana en ciertos periodos de la historia del arte, se habla del concepto de experiencia de arte total, que también podría describir la experiencia mediática actual.

La mistificación de la experiencia humana fue predominante en las manifestaciones artísticas del Medievo, pero no volvió a ser protagónica en la producción artística-mediática sino hasta finales de los siglos XVIII y XIX, con el Romanticismo. Posteriormente, a partir de la Segunda Guerra Mundial, nuevamente se buscó rebasar el límite de la experiencia humana, con la aparición

de figuras como John Cage, el movimiento japonés Gutai, Yves Klein y Andy Warhol, inclusive, con sus experimentaciones multimedia junto a Velvet Underground.

Por ejemplo, durante la segunda mitad del siglo XX, la alteración de la conciencia –que se promovió ya no como práctica creativa y exclusiva del bohemio o de una comunidad antigua, sino como práctica socializante en las grandes urbes– pretendía inaugurar relaciones libres y puras con el *continuum* cósmico (Warr, 2001). La estimulación de los sentidos por encima de la racionalidad que caracterizó a las generaciones jóvenes durante los años sesenta y setenta fue un intento de relacionarse no solo como una aldea global,³⁹ como diría McLuhan (1968), sino un deseo de trascender la experiencia humana como se le conoce, por medios artificiales, es decir, por sustancias que alteran la conciencia, por medios tecnológicos y formatos artísticos: drogas, música, danza, pintura, escultura, performance, *happenings* (Warr, 2001). Hoy, según el filósofo Peña (sf), está el *net art*, los avatares y la vida *online*.

Otra expresión de las representaciones trascendentales y místicas está en el arte sacro, ejemplo de representación de la experiencia religiosa, entendida ésta como una superación de la condición humana. ¿Qué es la experiencia religiosa? Una promesa de cambio sustancial, existencial y ontológico de lo humano. La experiencia humana sería lo contrario: lo finito, lo mortal y lo intrascendente. ¿Cómo se representa esta promesa? En las artes, es ejemplificada por

³⁹ En opinión de McLuhan (1964), el mundo se ha contraído a causa de la tecnología electrónica; las funciones políticas y sociales están unidas en una repentina implosión, por lo que se ha intensificado el parámetro de acción y de conciencia de los sujetos y, a la vez, el de responsabilidad.

recreaciones de pasajes de la Biblia, como referentes irrefutables de una verdad única y universal. Detrás de estas imágenes, lo que está de fondo es la insistencia en lo milagroso, el confort de la fe, la confianza en el paraíso, la certeza de justicia, los valores de la bondad. La experiencia religiosa es una promesa no sólo de un cambio trascendental de la lógica cruel e inhumana del sinsentido cotidiano y de la inevitable muerte, sino también la promoción de un más allá, la tranquilidad de que un Padre Todopoderoso nos ama y nos tiene destinada la Gloria, donde todos nuestros sufrimientos serán compensados. En la Gloria reina un extraño tiempo que es la eternidad de la paz.

Esta nostalgia por un cambio en la experiencia humana es, en esencia, el deseo de una relación significativa, absoluta y mística que vuelve a presentarse con el ideal sublime del Romanticismo. Otra vez es representada en los formatos artísticos: lo exótico del Lejano Oriente, la añoranza de lo desconocido, las antiguas civilizaciones idealizadas, imágenes del mar, las aventuras de viajeros solitarios, el retorno a paisajes bucólicos, el mito del buen salvaje, el deseo de otras formas de conocimiento ajenas a las ofrecidas por la Ilustración. Por ello el arte –e incluso los propios formatos– representaban estados alterados, místicos, o de éxtasis, todos aludiendo a la tormenta incomprendida del subjetivismo en su más puro estado y, por otra parte, constituían una revelación de la condición humana concreta e insignificante. Aquí ya no hay una vinculación deseosa de un Dios, aunque sí persiste la añoranza de una experiencia total (PSJM, s/f).

La riqueza espiritual que demanda experiencias que superen la condición humana inauguró nuevos lenguajes que, efectivamente, permitiesen lo añorado, una experiencia nueva. Cuando la representación y los formatos entraron en crisis

(posiblemente a finales del siglo XIX, luego en el XX), y cuando las nociones de historia y narrativa dejaron de ser relevantes, el arte al servicio de los relatos oficiales –y para legitimar versiones de hechos históricos– cayó en desprestigio. Entonces surgieron los movimientos modernistas de las vanguardias.

El contenido del arte deja de ser narrativo para dar paso a la purificación del formato. Los cuadros no aborda ya una historia, sino el color; la escultura no trata de una representación monumental, sino de volumen y espacio. El diseño de dispositivos para generar experiencias se centró en la presencia del objeto artístico. Los casos más representativos de esta corriente los encontramos en el arte minimalista, que a juicio de algunos críticos como Clement Greenberg y Arthur Danto (1998), es el máximo exponente de lo que el arte moderno debía ser: pureza de contenido y formato centrado en sí mismo.

Así, el gran problema del arte moderno fue la representación. Lo que hoy conocemos como arte contemporáneo es la crisis de esta representación y los contenidos, encadenados a formatos. **La transformación de los formatos para buscar ya no representar sino, en efecto, generar experiencias, es decir, *presentar experiencias*, fue un desafío del arte contemporáneo, como lo fueron en su momento los Cristos, las Vírgenes y toda forma de simbolismo religioso.**

Lo propio de los tiempos actuales son los híbridos: se innova por medio de la aleación. El eclecticismo es el rasgo de nuestra estética actual. Las modalidades impuras –que empiezan a mezclar medios y a generar nuevas experiencias artísticas que rebasan la esfera mediada del arte– irrumpen en la realidad de la vida: el Gutai, el arte informal, el performance o el *happening*, el *street art*, el arte *povera* y los colectivos.

El arte contemporáneo es, entonces, la mezcla del legado moderno, la unión de la innovación con la tradición. Es el retorno a la narración, al contenido, a la interpretación y la subjetividad. Pero la gran diferencia es que ahora el medio, el formato, ha sido superado. Antes un artista usaba un lienzo, ahora empleará la modalidad o la mezcla que le sirva, volviéndose con ello multidisciplinario. Esto es importante porque las prácticas contemporáneas eliminan paulatinamente las barreras de los medios, mezclando y generando híbridos: performances, instalaciones, arte sonoro, arte digital, *net art*, *pop art*... La vida penetra en el arte, la imitación ya no es rivalidad; es una estrategia más de representación, junto con la presentación. Ya no se respetan los formatos, sino que se mezclan con el paisaje cotidiano, con la cultura popular, con los medios de comunicación, con la ciencia y cualquier elemento que sea creativamente útil y socialmente pertinente. Caso aparte son las artes escénicas que desde el inicio fueron concebidas como vivenciales y cuya experiencia requiere de la “realidad” para que funcione la propuesta artificial.

Los medios de comunicación actuales siguen la misma tendencia de las artes, la de superar sus formatos y la de buscar experiencias personalizadas. Recordemos que los medios de comunicación modernos –la imprenta, la televisión, la radio– eran masivos, es decir, unilaterales, dictatoriales, con un emisor que transmitía un mensaje sin posibilidad real de réplica.

Los medios de comunicación actuales incluyen a los antiguos medios, pero se suman otros nuevos que no existían antes de la tecnología web 2.0. Como ejemplo están los periódicos, cuya versión digital incluye los comentarios de los lectores así como los blogs de sus colaboradores. Cobo (2007) explica que estos

medios son herramientas propias de un periodismo ciudadano, contrarrestando así el flujo del discurso dominante. Diversas instancias de activismo han obtenido provecho de ello, en todo el mundo.

Mientras los MCM eran estandarizados, los actuales son personalizados, bajo el *user generated content* (CGU, por sus siglas en inglés) que define a la web 2.0, donde un mensaje puede ser creado por cualquier usuario con conocimientos básicos de informática.

Así, los nuevos medios de comunicación ofrecen una experiencia transmedia, donde los mensajes producidos tienen diversas salidas a través de distintos formatos y plataformas. Por ejemplo, podemos seguir nuestro programa favorito en su sitio web oficial, o al adquirir la novela en la cual se basó originalmente, en los “detrás de cámara”, en las publicaciones en Twitter, en los sitios formados por grupos de aficionados, en podcasts, en un disco Blu-ray y en toda la parafernalia publicitaria que hay detrás.

Ahora bien, ¿cómo hacen los medios de comunicación para generar experiencias y de ese modo superar su condición de mera herramienta y/o proceso? Los hacen por medio de la simulación y la estimulación sensorial. Paulatinamente, el medio de comunicación dejó de ser una herramienta al servicio de las comunicaciones y se volvió la comunicación y la presencia misma.

De hecho, Baudrillard lo vaticinaba unas décadas atrás al asegurar que el medio (la imagen, en este caso), dadas su reproductibilidad y perfeccionamiento técnico, confundía los sentidos al grado de disolver la posibilidad de diferenciar la realidad de su copia (Darley, 2002).

Según Fiore (1968), en la era de la aldea global, el tiempo y el espacio se

experimentan como retorno a la emoción ancestral de un “*happening* simultáneo” o de una experiencia total. Es el retorno a la experiencia pre-lógica, pre-ordenada, pre-visual, pre-espacial.

El mundo electrónico involucra y compromete como nunca antes las acciones de unos y otros por el constante flujo de información. La experiencia radica precisamente en este intercambio. Nuestra percepción sensorial –que se había empobrecido debido a la prominencia de la cultura visual– ahora se recupera por la estimulación que produce la interacción en otros sentidos como el acústico y el tacto.

El medio no solo es el mensaje; es la experiencia misma en el momento en que se incorpora a nuestra realidad-presencial. Desde el momento en que los contenidos son multimedia y el hipertexto vincula esta información a otras millones de redes, estamos redefiniendo la noción de entendimiento, entretenimiento y lenguaje en tiempo real. Desde el momento en que usamos avatares, redefinimos lo que se entiende por identidad (Hayles, 1994).

Subimos nuestras fotos a Facebook. Nuestros historiales de conversaciones, la lista de nuestros contactos y nuestros comentarios son públicos, al igual que lo que calificamos con un “me gusta”. Compartimos noticias, posteamos videos. ¿Esto es comunicar? No, en la era digital, esto es *trascender*. Trascender distancias, tiempos, presencias, cuerpos, identidades. ¿Quieres saber quién soy? *Googléame*, dame tu *link*, agrégame como “amigo”, estamos a un clic de conocernos.

La función comunicativa previa a los nuevos medios de comunicación consistía en la persuasión mediante mensajes estandarizados. Hoy en día la

función comunicativa es la experiencia personal omnipresente, simultánea y atemporal en la red. Es la unión voluntaria e involuntaria de todos con todos por la vinculación de información y por el compromiso moral/emocional de dejar testimonio, prácticamente en tiempo real, de lo que acontece a cada uno de los usuarios.

¿Qué tiene que ver esto con el ideal del arte total? El concepto de arte total es la experiencia última posible para todo ser humano. Es el ideal sublime que nos prometió la religión y que artistas del Medievo promovieron al pintar Vírgenes, mártires y Cristos. Es el mismo ideal de éxtasis del Romanticismo ante una catástrofe natural, o ante lo desconocido.

Lo que oscila entre la fascinación y el pánico es una experiencia sublime. Esta excelsitud total, sensorial y existencial, es lo más cercano que tendremos a una experiencia trascendental, previa a la muerte.

La experiencia del arte total es un concepto derivado de la integración de todas las artes, que se basa en el ideal wagneriano de la ópera. Ocurre como consecuencia de la fusión de todas las artes, donde cada medio convive con la finalidad de producir una obra que ofrezca una visión total del mundo. Es decir, pasar de la representación del mundo mediante los formatos a la transformación de la realidad en el mundo.

Esta proposición fue empleada por Adolfo Hitler en el cine, como previamente lo hizo Luis XIV, en el teatro. La propaganda fue otra consecuencia de esta experiencia total. La propaganda en la vida diaria forjó identidades en tiempos de los medios modernos de comunicación; en la actualidad, promete la diferencia a través de las marcas.

Además, en la actualidad, dada la posibilidad de configurar este espacio mediático de manera personalizada, el *éxtasis comunicativo* de Baudrillard (Darley, 2002) se logra mediante redes que socializan contenidos de manera autorreferencial. Es el espacio autocomplaciente para la reivindicación protagónica de un mundo ultraconectado.

Sin duda, las formas de trascendencia actuales son hedonistas y universales, dada la posibilidad de conexión instantánea y omnipresente que ofrecen. Los nuevos medios de comunicación son, mediante las redes sociales, por ejemplo, formas de entendimiento-entretenimiento que definen al mundo, ya no por medio de la propaganda, el cine o la religión, sino por la vinculación de lo significativamente relevante en nuestras vidas y con igual potencialidad de difusión que cualquier canal (al menos es posible técnicamente).

Es un intento de autosuficiencia que emplea el espacio mediático, el cual se conforma nuevamente de promesas, pero, en este caso, de consumo. La superación de la experiencia humana resulta entonces en un registro digital de todos nuestros gustos, intereses y proyectos personales. Se asemeja también al ideal de todo arte de convertirse en un legado universal, pues pretende ser compartido.

IV. Comunidad virtual

En este apartado se expondrán primeramente los comportamientos en una comunidad, para posteriormente caracterizar a las comunidades en línea como formas de organización social, entendida ésta, topológicamente, como redes que comparten un significado en común.

Generalmente a las redes se les concibe como estructuras de organización cuya forma de proceder en la práctica definirá si se les considera o no como una comunidad. La práctica se refiere al aprendizaje llevado a un contexto común de acciones y cosificaciones, y se le ve siempre como una estructura emergente de adaptación (Wegner, 2008). Los contextos se definen como procesos de compromiso y de negociación. Estas mismas acciones se caracterizan por tener una práctica compartida (sea cual sea) que evoluciona y que tiene como sentido último ser fuente de contextos para crear conexiones.

La creación de conexiones y la práctica llevada como un aprendizaje en común son los puntos medulares de una comunidad. Por un lado, la interacción con el medio exterior se apoya en una relación constante que alimenta y aporta su propia estructura de entendimiento; por otra parte, la práctica es un aprendizaje de carácter procesual emergente y moldeable en cosificaciones. Llevado al ámbito digital, esto significa que las interacciones donde se negocian los significados son los contenidos multimedia con los que se conversa. Todas las conversaciones pretenden lograr un contexto de compromiso para poder definirse como comunidad. Si logran forjar esta comunidad, estarán en condiciones de transformar el proceso social, cultural y personal de sus miembros en tiempo real, mediante una propagación proselitista de sus demandas.

La transformación de significados en un contexto de compromiso hace visible el proceso, pues los historiales suelen ser públicos (a menos de que se trate de un foro cerrado), y las comunidades generalmente son informativas. Orihuela (2005) apunta que “aquel emisor de contenidos que tiene la voluntad de mediación entre hechos públicos, utiliza fundamentalmente criterios y técnicas periodísticas, usa el

lenguaje multimedia, es interactivo e hipertextual y se actualiza y se publica en Internet". (p.40).

En ese sentido, tampoco podemos olvidar la aportación de la digitalización a todos los procesos comunicativos, en particular a las conversaciones en línea: "la reducción de todo tipo de contenido a un sistema binario [...] es esencial para entender no sólo la web sino también la tecnología de los ordenadores y el flujo convergente de diferentes formas culturales en un conjunto accesible" (Burnett y Marshall, 2003, p.31).

Para valorar una red debemos observar la participación, pues ésta es la fuerza reguladora que administra los contenidos y es, además, producto del sentido en una sociedad (Blumer, 1982, citado por Casas, 2013). Algunos teóricos aseguran que la participación y la colaboración es lo que define a las comunicaciones en la era digital.

Sin duda, la participación es un signo de nuestra época. Bien dice Echevarría (2003) que, desde el fracaso de los nacionalismos durante la primera mitad del siglo XX, Benjamin ya hablaba de una sensibilidad participativa de las masas, confundiéndose al creador de la obra con el sentir del "admirador". Con la muerte del gran relato, la obra de arte misma entra en crisis y empieza a ser concebida, en tiempos modernos, como un espacio abierto, donde surge una relación política más que mágica y religiosa. Es política no por proponer un proceso cognoscitivo revolucionario, sino porque sugiere un comportamiento en el que los sujetos recobren su vida social y su historia a partir de su creatividad y producción. Recobrar la vida social e histórica significa un empleo democrático del sistema de aparatos. En la época de la reproductibilidad técnica, cuando el arte es concebido

en un contexto masivo, Benjamin se refiere al sistema creativo-estético, es decir, a las herramientas del diseño que antes estandarizaron, pero que ahora personalizan a sus usuarios (Echevarría, 2003). Esta paulatina horizontalidad del poder basada en el individuo y no en instancias ajenas a él, está en la naturaleza misma de las redes. El sujeto cobra relevancia en comunidad, al formar parte de algo, pero finalmente, sin que deba renunciar a su individualidad, como hubiera sido necesario en el pasado.

Se trata entonces del papel de la iniciativa personal en la comunidad: de una profunda convicción de socializar un contenido creado para ser compartido y aprobado por los “nuestros”. Pensemos en nuestro estudio de caso: la viralización del video del candidato Peña Nieto huyendo de la Universidad Iberoamericana, se debió a que los jóvenes tuvieron el valor de exponer al hombre potencialmente más fuerte de México en un momento de vulnerabilidad y vergüenza. Cuando los estudiantes decidieron elaborar otro video para desmentir a los políticos que los calificaban como “porros” y “acarreados”, el afán fue el mismo: evidenciar a “los mentirosos y manipuladores”. Cuando organizaron marchas o cuando organizaron el tercer debate presidencial, incluso al final del movimiento, cuando denunciaron las represiones ocurridas durante el #1DMx, se le otorgó a todos los involucrados un poder que la propia ciudadanía hasta entonces desconocía tener. Quien les otorgó ese poder no fueron las instancias gubernamentales o los partidos políticos, sino la comunidad en sí. Fue el reconocimiento de la fuerza que tiene la ciudadanía organizada.

Las hipermediaciones –cuyo enfoque es la participación de la convergencia de medios y la aparición de lógicas colaborativas– sostienen que el espacio digital

donde se interactúa es político, virtual, global y posmoderno. Esto en contraposición con los medios tradicionales, que no se mezclan entre sí y cuyas mediaciones ocurren en soportes analógicos. En cuanto a sus usuarios, éstos suelen caracterizarse como meros receptores, consumidores pasivos, sin capacidad de diálogo (como ocurre con la audiencia de un programa de radio o una telenovela, por ejemplo).

Las hipermediaciones se enfocan, pues, en las prácticas de comunicación híbrida y colaborativa que ocurre tanto en línea como a nivel presencial, así como en su involucramiento en los movimientos sociales, pues en todas estas manifestaciones se hace presente el proceso de interpretación. De este modo se supera el postulado simplista de la manipulación por parte de los medios, común en la crítica de masas y de los medios tradicionales de las mediaciones; también se pone en evidencia la complejidad de los procesos de interpretación que están en juego. Asimismo, se toma en cuenta el papel de la comunidad en la cual está inmiscuido el proceso comunicativo y de la apropiación y divulgación tan característica de las redes sociales, las cuales observan, vigilan y visualizan de manera permanente lo que sucede.

IV.1 Definición del concepto de comunidad

Las comunidades digitales (CD) o comunidades en línea son modos virtuales de organización donde la colaboración de conocimiento ocurre a una escala y con alcance sin paralelos (Faraj, Jarvenpaa y Majchrzak, 2011), lo cual significa que es difícil diagnosticar su impacto social. Además, al igual que las redes sociales, es de naturaleza dinámica (Perry, Shalley, 2003) (Faraj, Jarvenpaa, Majchrzak, 2011),

pues el comportamiento se modifica prácticamente en tiempo real. Es por ello que la temporalidad de una comunidad digital obedece a reglas propias; puede ser efímera o de larga duración, lo importante es, en todo caso, que sus movimientos quedan registrados en el espacio digital, aun cuando deje de existir. No son cronológicos, nunca perecen. Así, el desconocimiento o la falta de memoria histórica ya no podrán atribuirse solamente al empleo político de la historia, sino a la censura tecnológica que podría cerrar las rutas de acceso a los vestigios digitales de los movimientos en línea.

Las estructuras de las CD, al igual que su lenguaje interno, carecen de formalidad, lo que les permite ser flexibles y fluidas en interacción y forma; de ahí que su comportamiento y su evolución sean impredecibles (Laet y Mol, 2000). Sus modos de organización giran más bien en torno a elementos relativos y subjetivos: pasiones e intereses en común.

Dada la vena subjetiva que impulsa a las CD, la iniciativa es el gran motor detrás de los roles, pues, contrario a lo que ocurre en cualquier organización tradicional, en las CD los roles son elegidos por los propios miembros de la comunidad, y cambian todo el tiempo. Sin embargo, el liderazgo nato se reconoce a nivel social y suele ser temporal. En el caso de Twitter, dado que es un sistema de contenidos circulantes abierto, las conversaciones son en su mayoría de dominio público, a menos que el usuario las determine como comunicación privada.

Las autoproclamaciones de líderes son actos espontáneos que ocurren sobre todo en contingencia y parten de la premisa filosófica social de la web que alienta a todos sus usuarios a considerarse con la autoridad moral y el mando

necesario para hacerlo. La horizontalidad, el libre acceso y la colaboración son sus banderas. Esto es muy importante porque las CD ofrecen una relación estética-afectiva-informativa de vínculos y contenidos. Así que, ante todo, los usuarios participan porque confían en la transparencia de la organización.

Otra diferencia con las estructuras organizacionales convencionales es que éstas son estáticas por tradición, pues su flujo y poder de mando vienen de las figuras superiores, en tanto que en las CD la tendencia en cuanto a la circulación de contenidos es centrífuga, pues se ha visto que los usuarios posicionados en el centro de una comunidad son los referentes de la misma. Es decir, quienes se sitúan céntricamente en la organización suelen ser protagónicos en la red y tienen más estatus, poder y libertad (Lincoln y Miller, 1979), o al menos así lo parece; además, su posición estratégica les da acceso a muchos más usuarios que alguien que se encuentre en las periferias. Sin embargo, dado el gran dinamismo de las redes, el liderazgo no suele ser de larga duración. Por otra parte, ser céntrico podría derivar en un conservadurismo,⁴⁰ mientras que los miembros de la red que se encuentran en la periferia suelen ser considerados más creativos

⁴⁰ Perry-Smith y Shalley (2003) analizan las relaciones sociales que son más proclives a la creatividad y las que menos contribuyen a ella. Su análisis arrojó que los usuarios pertenecientes a una red y que tienen vínculos débiles y distantes del centro suelen ser más creativos, porque tienen más acceso a ideas divergentes. Además, al no tener un compromiso afectivo, proveen ideas frescas, sin la presión de pertenecer ni de reafirmar las ideas que ya circulan en la red. Por el contrario, los usuarios centrales en una red retoman y refuerzan ideas, volviéndolas redundantes. Estar en el centro es estar expuesto a ideas semejantes y a mirar algún acontecimiento desde el campo cognitivo y evaluativo dominante, cegándose a alternativas. Adicionalmente, quienes tienen una posición céntrica suelen estar comprometidos emocionalmente con otros vínculos y al compartir actitudes, opiniones y creencias caen en la conformidad, pues no hay espacio para la discrepancia (Burt, 1991).

(Perry-Smith y Shalley, 2003).

A diferencia de las organizaciones con fronteras claramente definidas y posiciones herméticas, las CD conceden al ambiente un papel determinante pues es el gran regulador de todas las circulaciones de contenidos. La razón de ser de toda CD siempre está orientada por el ambiente, porque son coyunturales y son un reflejo de lo que ocurre en el exterior.

En nuestro estudio de caso, esto se aprecia en cómo cambiaron las formas de participación social conforme evolucionó el movimiento. En el segundo corte de la línea de tiempo, cuando ganó Peña Nieto en las elecciones de 2012, la denuncia de irregularidades fue el principal comportamiento mediático. Si bien tuvieron otras participaciones importantes más cercanas a su identidad inicial (negociación de sentido sobre lo democrático, transparencia, iniciativa personal, su Programa de seis puntos, etcétera), las acciones de denuncia en realidad se acercaron a formas de quehacer político de tipo más tradicional. Lo mismo ocurrió al corte del tercer momento analizado, durante el #1DMx. En ambos casos, dado que el contexto cambió (en el segundo momento, la principal demanda del #YoSoy132 no fue cumplida, mientras que durante la protesta por la toma de posesión de Enrique Peña Nieto hubo represión e infiltrados), las acciones también lo hicieron.

La tecnología es otro gran protagonista dentro de las CD. La tecnología es genéricamente entendida como el desarrollo de aplicaciones, *widgets*, actualizaciones, el *know-how* y todas las formas de trabajo para socializar contenidos. En el caso particular de esta investigación, nos interesan las formas de comunicación asincrónica, característica primordial de las Aplicaciones

Enriquecidas de Internet (RIA). La comunicación asincrónica es una forma de interacción entre el servidor y el cliente, en la que ambos llevan a cabo procesamiento de datos, pero el intercambio de la información ocurre de manera asincrónica. El cliente se mantiene en un estado “receptor” mientras sigue recalculando y actualizando partes de la interfaz del usuario, posibilitando usos de aplicaciones en línea y *offline* (Busch y Koch, 2009).

Las tecnologías conocidas como web 2.0 implementan modelos que facilitan la interacción de la comunicación asincrónica. Según Tim O’Reilly, el padre de la noción web 2.0, la experiencia del usuario con este tipo de tecnología significa la abolición de la separación entre productores y consumidores, y la creación de *mashups*, que son un paradigma de la transformación de documentos electrónicos (Potthast y Rowe, s/f), pues son una mezcla transmedia que genera las llamadas *experiencias enriquecidas* a partir de la reutilización de recursos ya existentes en la Web. El *mashup* es un diseño de rutas hipertextuales sobre contenidos elaborados por terceros, que debiese regular la calidad de los mismos.⁴¹

Una de las grandes ventajas que ofrece la comunicación asincrónica es que el usuario ya no tiene que cargar el sitio por cada ingreso de información. Además, las RIA son aplicaciones que se benefician de la ubicuidad de la red y ofrecen respuestas en menos tiempo, así como animaciones multimedia. En términos

⁴¹ Aunque el *mashup* tiene empleos diversos (de hecho, las tecnologías de RIA fueron implementadas con intenciones de mejorar el modelo de interacción de las operaciones y negocios), Tejedor (2007) reflexiona sobre los peligros actuales de la web 2.0 en el ámbito periodístico. Retomando la idea de Partal (2002), él señala que hoy en día no es relevante crear contenidos, sino fungir como un guardián urbano concentrado en “diseñar caminos hipertextuales dotados de sentido completo y concebidos con una finalidad estrictamente informativa”.

coloquiales, utilizamos la comunicación asincrónica cuando enviamos o recibimos un correo electrónico, en las conversaciones de las redes sociales, en una transferencia de archivo y en cualquier uso de la World Wide Web. Las comunicaciones en tiempo real, por el contrario, sí requieren de la coincidencia temporal; por lo tanto, la tasa de bits que es transmitida debe ser constante. Estas formas de comunicación incluyen todas las modalidades en línea que requieren de la presencia del usuario para intercambiar información, como el *streaming*, las videoconferencias, el chat y el envío y recepción de mensajes instantáneos.

No sobra decir que los usuarios con mejor conocimiento del software para interactuar en las redes sociales tendrán mayor acceso a la revisión, combinación y experimentación de contenidos y acciones (Faraj, Jarvenpaa y Majchrzak, 2011) y, por lo tanto, tendrán una notoria ventaja sobre los demás.

IV.2 Necesidades subjetivas-informativas

Las CD apelan a las necesidades subjetivas de sus usuarios. Pretenden ser un reflejo del deseo de pertenencia o de vinculación a un ideal, causa o necesidad, por lo que aluden a la voluntad de las personas, quienes participan porque buscan la interacción. Muy ligado a lo anterior está el entusiasmo característico de las redes, que se explica, por un lado, porque las CD son organizaciones contingentes y coyunturales (nacen al calor del momento), y, por otro, porque quienes las integran tienen la finalidad de socializar. En este sentido, dado su carácter contagioso, el entusiasmo resulta ideal para las colaboraciones (Baum et al, 2001).

Sin embargo, las dinámicas en las CD sí tienen algunas desventajas, como

el hecho de que la fuerza de inspiración es cambiante, efímera y, como lo han demostrado ciertos estudios, no hay profundidad en los vínculos,⁴² pues los usuarios suelen no sentir compromiso ni responsabilidad respecto a sus compañeros (Ardèvol, Beltrán y Callén, 2003). Fungir como el gran unificador es la razón de ser de las CD; en ese sentido se asemejan a las figuras de las representaciones sociales, que regulan la siempre ambigua identidad de los usuarios.

Una de las necesidades subjetivas mencionadas anteriormente es la trascendencia. Es importante retomarla porque la participación individual como fenómeno de iniciativa propia suele terminar y/o aspira a terminar en algún tipo de movimiento social (De Choudhury y Sundaram, s/f). Cuando se publica una fotografía en alguna red o se sube un texto, el factor principal para hacerlo es saber que será notado y comentado, y que tendrá un impacto más allá de la generación de registros. Los usuarios de las redes constantemente externan su necesidad privada de obtener reconocimiento público a través de publicaciones que aluden a su estado de ánimo, comportamiento en la comunidad y, en general, a todo acto que evidencie una necesidad de vinculación.

De hecho, efectivamente, la esfera individual es primordial en las formas de participación en la actualidad. Touraine (2007) define la importancia del sujeto al asegurar que la democracia representativa es el problema fundamental a la hora de la representación: la crisis actual viene de la democracia representativa; el

⁴² Estudios llevados a cabo por estas autoras han concluido que cuando el usuario puede reinventarse en el medio digital mediante su *nick* o su avatar, también obtiene la posibilidad de ser invisible y relativamente anónimo, dando rienda suelta a formas de expresión que quizá no podría utilizar en formas de comunicación presencial.

problema no es que los partidos políticos no sean representativos, sino que los grupos sociales no sean representables. Existe una crisis doble: de representatividad y de representabilidad. Para hacerle frente, él asegura que debe lograrse una democracia participativa en la que se tome en cuenta las diferencias de las personas, respetando la individualidad de cada quien, sin agruparlas en ningún tipo de comunidad. Así, el sujeto podrá participar en las decisiones sociales sin tener que sacrificar su propia identidad.

Touraine (2007) caracteriza al sujeto como un intento de equilibrio entre el mercado y las identidades comunitaristas que poco tendrán que ver con él, si se toma en cuenta que hoy en día las migraciones son una constante en las naciones desarrolladas y los sujetos, más que por lo territorial, se definen por flujos y por subjetividades autoconstruidas. De esta manera, este mismo autor explica que la socialización ha desaparecido porque el concepto de sociedad también lo ha hecho. Efectivamente, en nuestro estudio de caso se aprecian las características de un mundo globalizado: ya no existe una unidad social, sino procesos supraglobales donde la autoconcepción y la subjetivación son primordiales en todos los seres humanos, como el anclaje de su individualidad y su construcción activa y creativa,⁴³ de iniciativa propia. Esto es lo que define su vida, no necesariamente su origen territorial. Los referentes⁴⁴ de los actores sociales

⁴³ No es casualidad que el arte, como proceso creativo, siempre haya valorado, además del espíritu vanguardista, la constitución individual, y que en su incursión a las prácticas posthistóricas (término de Danto para hablar del arte contemporáneo), le procure continuidad a esta individuación.

⁴⁴ Como ya se mencionó, esta crisis de referente expresada en la crisis de representatividad ya había ocurrido históricamente en las artes, al suscitarse una ruptura de práctica y de concepción

dejaron de ser, desde hace décadas, las instituciones, las ideologías, los nacionalismos y el propio concepto de modernidad, como la promesa de la democracia. Esa conciencia de vivir siendo diferente, y procurar el camino de individuación como le llama Touraine (2007), es un reto, pues debe ser compatible con el proceso de individuación de otros. Por lo tanto, las CD resuelven necesidades de conocimiento individual y colectivo mediante la autocomunicación,⁴⁵ pues apelan a requerimientos intelectuales y emotivos propios.

De ahí la importancia vital de lo observado en nuestro estudio de caso. Aquellos pertenecientes al #YoSoy132 son ejemplo de usuarios que fundieron sus contenidos personalizados con las aspiraciones de democratización de la red y sus representaciones de sí mismos incidieron activamente en la realidad, por ejemplo, al lograr convocar a marchas con alto índice de participación, hacer “clausuras simbólicas”, establecer alianzas, lanzar pliegos petitorios, organizar el

respecto a lo que es arte. Esto trajo consigo modalidades artísticas que después se denominaron “contemporáneas”. Dicha división ocurrió aproximadamente a mediados del siglo XX, cuando, ante la desconfianza del relato y el contenido, se empezaron a desarrollar obras y procesos creativos con un “aparente vacío paulatino de narratividad”, alcanzando su máxima expresión en el arte minimalista. En esta crisis, el arte contemporáneo resuelve las interrogantes de la representatividad y legitimidad (¿es arte o no?) mediante la intencionalidad creadora con que cada artista dota a su obra y mediante el contexto de consumo, es decir, creadas y consumidas con fines artísticos y dentro de las instancias museísticas o de galerías. Véase Danto, 2003. Como ejemplo, tenemos a Duchamp, al presentar su urinario a inicios del siglo XX, pues convirtió en pieza artística un objeto encontrado con sólo firmarlo y de ese modo apropiarse de él. Con este gesto enfatizó la posibilidad creadora de la intencionalidad. Véase Godfrey, 1998.

⁴⁵ Término de Castells (2009) para referirse a las formas de comunicación que existen en los medios digitales, donde el emisor del mensaje, al ser el consumidor y protagonista del mensaje, hace del acto comunicativo una forma de autorreferencialidad pública y privada.

tercer debate y fungieron como observadores de las elecciones. Además, fomentaron una participación electoral que de otra manera no hubiese ocurrido. Fueron así una fuente energizante para un proceso democrático y “estático” que solía ser mirado con apatía.

IV.3 Autorregulación e identidades ambiguas

Las CD se autorregulan de manera particular. Por un lado, satisfacen las necesidades estético-afectiva-informativas de sus miembros; por otro lado, al ser informales, sus formas de control son cambiantes y cuestionables, y los contenidos que circulan en ellas, elaborados por aficionados, son remezclados y descontextualizados todo el tiempo (Faraj, Jarvenpaa y Majchrzak, 2011). Estos mismos autores señalan que el problema de la descontextualización de las colaboraciones es que éstas son liberadas de procesos sociales, ontológicos y de responsabilidad autoral e interpretativa, lo cual podría llevar a desinformar. La falta de control sobre la veracidad de los contenidos en circulación es un riesgo de los *mashups*, al igual que en las conversaciones con intenciones desinformativas.

Ya se había comentado que las CD están constituidas por usuarios con identidades ocultas o parcialmente veladas. Por lo mismo, se separan las aportaciones del contribuyente (Faraj, Jarvenpaa y Majchrzak, 2011), y aunque esto podría resultar en un buen desempeño comunicativo (Tanis y Postmes, 2007) por la aparente protección de la identidad, también podría fomentar el surgimiento de otros problemas: el anonimato podría promover actitudes negativas como la falta de compromiso y responsabilidad con lo publicado (Ardèvol, Beltrán y Callén, 2003), poca confiabilidad y transparencia de fuentes, engaño y frivolidad (Faraj,

Jarvenpaa y Majchrzak, 2011).

Sin embargo, cabe aclarar que si bien la identidad es la gran interrogante y el tesoro a cuidar en las redes sociales, ésta se devela de algún modo mediante la elección de los contenidos prediseñados que se comparten, los cuales tienden a la mezcla y la modificación dinámica. Este comportamiento y esta identidad cambiantes dejan ver un fenómeno de hibridación semejante en la identidad del usuario, tal como antes ocurrió en las esferas creativas, es decir, en el arte.

Siguiendo a Danto (2003), la gran aportación del arte conceptual, el arte pop y el arte minimalista fue que lograron escapar al relato de lo que, según el postulado moderno, era el arte. Al atentar contra la factura impecable y la experiencia única –algunos de los criterios que definían a una obra como artística– las modalidades creativas contemporáneas, por el contrario, se acercaron a los lenguajes ordinarios y vulgares de los medios de comunicación, a las formas de arte no elevadas, e hicieron uso del diseño y la publicidad con toda la intención de evidenciar el artificio y la construcción de la ficción. Danto asegura que pese a diluirse en la vida misma, la obra de arte mantenía su estatus artístico porque, lejos de su apariencia o representación, su sentido era artístico. Era arte porque el artista y el curador aseguraban que lo era.

La crisis de representatividad en las artes se superó mediante la intencionalidad artística y el discurso curatorial, sin importar si su aspecto era artístico o no. Esta libertad de apariencia, que promueve valorar la idea por encima de su contenedor, es muy semejante al planteamiento de algunos postulados posthumanistas de que la identidad se distribuye y su subjetividad se diseña y está en constante evolución. Con esto se quiere evidenciar que la

contaminación de los referentes culturales ha influido de manera importante en las formas de representación y, en la actualidad, este debate, en el que se diluyen las representaciones, también ocurre en el ámbito digital.

Las características anteriormente mencionadas describen de manera genérica a las comunidades virtuales en cuanto a comportamientos. Ahora se hablará de la comunidad en función de los criterios propuestos por Ramas (2013), quien entiende una comunidad como una estructura en red, y Wenger (2008), para quien la comunidad es una negociación discursiva y práctica en un contexto de compromiso comunitario. Con respecto al estudio de caso, se hará referencia a Galindo y González (2013), quien caracterizan al movimiento #YoSoy132 como uno semejante a las comunidades estéticas.

IV.4 Primer criterio: Comunidad entendida como red

En términos formales, la estructura de toda comunidad se caracteriza por ser una red. Sus conductos serán fuertes si su capacidad de propagación es buena, o, por el contrario, serán malos si no permiten la transmisión de contenidos, pues su propósito es la interconexión. Al inicio, el #YoSoy132 tenía ese comportamiento en red, sus conductos eran fluidos y muy demandados.

El #YoSoy132 se vinculó a la tendencia hipermediática en las conversaciones en línea en contra de la imposición del duopolio televisivo. Posteriormente, el movimiento fue forjando una identidad propia y ajena a modas. Pero su característica fue su afianzamiento en las redes al volverse *trending topic*, su capacidad de circular contenidos y organizar debates y marchas, y, más aún, de

permear entre muchísimos tipos de redes, usuarios e intereses extrapolíticos. Así emergió una fuerza de poder e influencia nacional a partir de un modesto movimiento estudiantil que incitó a votar y buscó evitar un triunfo inevitable del PRI.

Con respecto a los contenidos que circulan, pueden ser empáticos, no empáticos (de naturaleza socializante) o temáticos (generadores de conciencia sobre algún tópico). Es importante también señalar que las redes son representaciones de influencia. Se estructuran como redes de redes más que como conexiones totales y absolutas, pues existen puentes en común que permiten las relaciones entre comunidades de cada nodo-usuario, por lo que el nivel de influencia de una red se mide en función de sus vínculos con diversas comunidades fuertes.

Las redes poseen peso social ante una situación, hecho o circunstancia. Son el reflejo de un discurso de una comunidad, para la cual abren o cierran vínculos, según la aceptabilidad grupal: es decir, si se da una identificación con el discurso circulante, el usuario-nodo formará parte de la conversación y aquél tendrá repercusión entre sus redes. Si por el contrario, no tiene eco en su comunidad, la conversación no será difundida.

Las redes siempre se autodiseñan para generar situaciones y relaciones. Son formas de comunicación y acción autosustentables que pretenden suscitar actos, procesos o productos específicos. En ese sentido, la tipología de las redes sociales es la de las redes distribuidas, pues se conforman mediante cuerpos de trabajo independientes que son parte de un sistema, sin poseer un centro particular, sino más bien conforman una red de redes configuradas con base en

propósitos del momento.

Ramas (2013) asegura que las redes promueven la noción de ciudadanía de sujetos porque tienen alcance y cobertura global. Por lo tanto, potencian las relaciones personales y las sociales. El contexto donde se lleva a cabo esta interacción es de entornos difusos y cambios constantes, pues fácilmente se modifican los criterios de decisión que en un momento dado fueron válidos.

Por lo tanto, la inteligencia colectiva manifiesta en las redes es una inteligencia *distribuida* que se coordina de manera universal, y que se genera y capitaliza en tiempo real y de manera efímera, y que, en palabras de Ramas (2013), no debe confundirse con proyectos totalitarios de subordinación.⁴⁶ De hecho, Dabas, citado por Ramas (2013), habla de que **la sociedad en red se caracteriza por ser un proceso de construcción permanente a nivel individual y colectivo, donde se logran sistemas abiertos, multicéntricos, de intercambio dinámico, que son capaces, junto con otros colectivos o comunidades, de potencializar los recursos que poseen.**

Los contextos cambian constantemente porque en las redes fluye, de manera mediada, una cantidad infinita de discursos. Este flujo depende de los usuarios-nodos que, según su motivación (incluso se habla de que las redes son modelos de motivación) y el alcance de su comportamiento informacional,

⁴⁶ Esta paradoja de “libertad” merece ser analizada en un contexto de profunda individualización e hiperestimulación. **Los espacios digitales se emplean para personalizar y rendir culto a la persona de los propios usuarios, los cuales en su mayoría, generan una autocomunicación más que un diálogo circulante. El costo de este libre albedrío para publicar y generar cualquier contenido es el de ofrecer información voluntariamente y el de abrir la posibilidad de ser vigilado, perdiendo así el control de dicha información** y cediendo su control a los demás usuarios.

transformen o propaguen el discurso dominante. La meta última es la aceptación dentro de su comunidad. Dicha aceptación se logra si el discurso tuvo propagación sin alteraciones sustanciales. Los discursos dependen de los imaginarios simbólicos compartidos entre los usuarios. A mayor discrepancia del imaginario simbólico dominante, menor propagación entre la comunidad.

Para ilustrar lo anterior, en el segundo momento del movimiento analizado, se observa la constante profesionalización⁴⁷ de contenidos en línea con respecto a la tendencia #YoSoy132. Esto se debió al interés por afianzar la causa a pesar de que la coyuntura ya no le era favorable (el retorno del PRI a Los Pinos, primeros “periodicazos” contra el movimiento). De esta manera se hizo evidente el interés de la comunidad #YoSoy132 por mantener su representatividad y empatía entre la sociedad, lo cual, como habría de observarse, no logró. Por el contrario, el discurso remanente se radicalizó al quedar el movimiento a cargo de usuarios con un imaginario simbólico semejante al observado en luchas sociales previas, es decir, menos medurado.

⁴⁷ Es decir, la producción *ex profeso* de contenidos de aficionado, que luego se vuelven valiosos informativamente hablando, gracias a que simulan convenciones periodísticas y publicitarias: hibridación de la gramática audiovisual, del cinema *verité*, del reportaje, del documental, de la crónica, del infomercial, del comercial e incluso del auto homenaje (por ejemplo, aquel de los mártires de la Primavera Árabe, como bien lo ha analizado Boëx (2013), entre muchos otros. Cuando los contenidos en línea son retomados por los medios tradicionales, el contexto de ese material amplificaba el sentido mismo del contenido, validando así, de manera mediática, la intención del productor.

IV.5 Segundo criterio: La comunidad como práctica de aprendizaje en un contexto dinámico

Wegner (2008) define la noción de comunidad mediante la práctica. Una comunidad puede considerarse como tal si comparte procesos de aprendizaje en el hacer, en el pertenecer comunitario, en el devenir de su identidad y en el significado de la experiencia que da el compromiso.

Al hablar de comunidad de práctica, este autor se refiere a la negociación de sentido a nivel discursivo, donde se transforman los procesos sociales y personales. De esta negociación se obtienen cosificaciones o materializaciones colectivas que son el sentido último de estas prácticas (2008). La cosificación es la constante transformación de significados en un contexto de compromiso. El compromiso es lo que contextualiza a toda la práctica comunitaria y es el sentido mismo de la práctica.

Lo comunitario se experimenta como lo común de estas acciones que comprometen, comparten y significan en un contexto particular. Por lo tanto, las comunidades se basan en gran medida en tener historias en común, así como estilos, eventos, herramientas y conceptos.

Las historias de aprendizaje compartidas en una comunidad generan memorias de evolución, es decir, formas de acción y cosificación que pueden ser continuas o discontinuadas. Las continuas son todas aquellas tradiciones de cosificaciones (materiales e inmateriales) vigentes, mientras que las discontinuadas son prácticas que cesaron de existir como tal, pues ni siquiera se transformaron, simplemente perecieron. Esto ocurre, por ejemplo, con las

tecnologías de la información, cuyas memorias de evolución suelen ser de corta duración.

Para Wenger (2008), la práctica siempre será una estructura emergente de adaptación, por lo que los actos y prácticas que no aplican al contexto emergente dejan de existir. **Esto porque las comunidades constituyen –mediante su práctica– fuentes de contextos para crear conexiones. Las conexiones son la razón de ser de todos los objetos diseñados, pues promueven la participación de diversas comunidades mediante el diseño. A su vez, el diseño de cualquier objeto o cosificación tiene como finalidad la interacción.** El sentido de la práctica es la materialización de objetos y significados en un contexto de compromiso de esta misma práctica, la cual, como hemos comentado, deberá adaptarse constantemente al medio ambiente.

Un miembro de una comunidad se caracteriza por su participación en esta práctica comunitaria significativa. Al participar se reconoce como actor activo que genera la experiencia y cosificación necesaria para que la comunidad se mantenga vigente y dinámica. La generación y cosificación no se refieren exclusivamente a las herramientas, productos y procesos de trabajo, sino también a un clima laboral, a formas de cohesión social, chismes, bromas, y todo tipo de prácticas que fungen como memorias continuas o discontinuas (es decir, que se mantienen o se olvidan) del quehacer de esa comunidad. Una vez que entienden la lógica de la comunidad a la que pertenecen, los participantes incidirán en ella, ya sea para acercarse a la comunidad o para transformarla y/o rechazarla. Todos ellos verán reflejada en su identidad como personas y en su forma de trabajo su pertenencia a la tradición del quehacer de esa comunidad. Dado que estas

prácticas colectivas negocian todo el tiempo el sentido de la interacción, los miembros que logren interactuar dentro y fuera de la comunidad serán elementos clave.

La práctica constituye, junto con la cosificación, el desarrollo histórico de las memorias (continuidades) y los olvidos (discontinuidades); aquellas que no prosiguen, o que no son practicadas, son fuentes de discontinuidad social.

Ejemplo de la memoria con fines comunitarios es la profesionalización de contenidos creados en el tercer momento del #YoSoy132. Una continuidad de lucha fue el empleo de material previamente grabado proveniente de otras fuentes: Tlatelolco en 1968, el Proyecto de Aeropuerto en Atenco en 2004 o los movimientos alterglobales como el EZLN en 1994, #OccupyWallStreet y #M15 en 2011, entre otros. Todos ellos fueron aludidos en los contenidos del tercer momento analizado, cuando el #YoSoy132 buscó apropiarse de discursos de lucha mediante las imágenes representativas de todos ellos. La finalidad era fortificar la identidad del movimiento en un momento de crisis y declive mediante el reforzamiento de una realidad subjetiva: la criminalización del activismo durante el #1DMx.

IV.6 Estudio de caso: #YoSoy132 como práctica comunitaria de aprendizaje sobre la dignidad

Ya se ha comentado el origen del movimiento #YoSoy132. Ahora hablaremos de sus razones de ser en términos de comunidad y, más particularmente, de comunidad estética, según lo entiende Galindo y González (2013).

El #YoSoy132 es un movimiento de dignidad, pues nace del hartazgo social

ante las prácticas comunes de impunidad, corrupción y percepción de autoridad ilegítima. Es ejemplo de una comunidad que expone la necesidad de buscar lo sublime, es decir, convoca con la finalidad de compartir una experiencia extraordinaria dentro de lo ordinario,⁴⁸ pues lo sublime es precisamente un acontecimiento que, al experimentarlo, nos sobrepasa y conmociona.

Este movimiento no apeló a una identidad nacionalista ni política, sino al descontento compartido por una generación de jóvenes, ligados por una situación temporal y que buscan una gratificación instantánea mediante la práctica común de comportamientos y actitudes lúdicas y pueriles. Entonces, lo que unió a estos chicos, no fue su sentir nacionalista, sino sus ideales y la indignación que expresaron en las redes.

Una convocatoria estética significa apelar mediante desprecio a lo vulgar y la invitación a lo sublime⁴⁹ a iniciativas en la participación social. Para contrarrestar lo vulgar, las nuevas identidades que se promueven en el movimiento estético buscan la autenticidad, pues pretenden ser un reflejo social.

¿Cómo encontrar la autenticidad en las redes sociales, donde un perfil y el contenido que difunde son difíciles de corroborar? Se puede adquirir reputación mediante la presencia constante en las redes, o la gestión de éstas, según el desempeño de cada usuario. Una manera de trabajar la reputación en las redes es

⁴⁸ Nos basamos en las ideas de Sánchez sobre las categorías estéticas. Véase Sánchez, 2007.

⁴⁹ Uno antecedente mencionado por dichos autores para ejemplificar lo vulgar es el polémico caso de Mario Marín, gobernador de Puebla (2005-2011) que fue conocido como “Góber Precioso”. Además de lo condenable que era la situación ventilada por los medios (la sospecha de trata de personas, corrupción, compadrazgo e impunidad), lo que más indignó fue la manera en la que reaccionó la institución política a la que pertenecía, pues resultó vulgar que tampoco estuviera a la altura esperada o requerida.

cuidar la coherencia del lenguaje con respecto a los objetos que se publican, con el afán de generar líneas de contenidos claros, interesantes, informativos y basados en buenas fuentes; es decir, si el registro ofrece un reflejo honesto del contenido, dará constancia del usuario como alguien digno de confianza. Otra manera consiste en buscar que la réplica o interconexión que esta cuenta genere sea intensa y participativa; si, por el contrario, es débil o insuficiente, la cuenta no tendrá gran fuerza de convocatoria. Esto no impacta su veracidad necesariamente, pero sí el nivel de publicidad del usuario y del contenido, el cual, si bien no es garantía de credibilidad, sí contribuye a la repetición, duplicación y copia en las redes. Un contenido muy propagado alcanza cierta ubicuidad, una “omnipresencia temporal” que le dará mayor exposición que un contenido menos difundido, al margen de su relevancia. De esta manera sustituye a la veracidad.

A mayor exposición, mayor consideración social. Es decir, si los contenidos que circulan en las redes se retroalimentan, se comentan, se duplican y mantienen una presencia en las conversaciones, esto se verá reflejado en otros medios y con ello logrará ocupar un mayor espacio en el pensamiento social. Estas narrativas de procesos sociales, desarrolladas con base en la motivación y el compromiso contagiado, son muy parecidas a las narrativas del *marketing*, una tendencia en la publicidad en las redes sociales.

Las campañas de narrativas transmedia de la mercadotecnia consisten en posicionar una marca o un producto mediante una historia creada por las agencias de publicidad en concordancia con los *community managers* o gestores de reputación. Las historias, como formas de comprensión de identidad, emplean dos elementos clave para acaparar la atención: la subjetividad de la individualidad y la

emoción. Pero, en un plano interactivo como la plataforma web 2.0, esto significa desarrollar narrativas en diversos formatos (transmedia) que sean fácilmente compartidas y que estimulen el involucramiento con los clientes, lo cual refresca la creatividad de los publicistas al invitarlos a desarrollar contenidos propios para cada campaña. Así, se genera compromiso mediante la personalización, dando a la marca o al producto una apariencia de apertura, realidad y buena voluntad ante sus clientes, quienes a su vez adquieren la satisfacción de formar parte de la “comunidad”.

La mercadotecnia se menciona aquí por el hecho de estar presente en las conversaciones al publicitarse en ellas, teniendo claro que su receptor no es “alguien en particular” sino “todos los presentes en las redes”, por más focalizada que esté la conversación, esté agrupada o no en el numeral correspondiente. Las conversaciones publicitan con su comportamiento no un propósito claro, pues cada usuario emplea el contenido a voluntad, pero sí dejan ver un interés en tener un compromiso pasajero con el contenido a ser consumido. Aprovechando esta disponibilidad receptiva de los usuarios, la narrativa se alimenta no sólo de las conversaciones sino también de los propios contenidos que se generan al “calor del momento”.

El movimiento #YoSoy132 no fue la excepción. Cuando fue tendencia, tanto sus miembros, como los simpatizantes, e incluso usuarios que buscaban denostar el movimiento, empezaron a producir contenidos transmedia que en su mayoría parecían infomerciales o audiovisuales corporativos; otros asemejaban una estética de documental, mientras que otros más propagaron breves cortos sobre los inicios o las intenciones del movimiento, o bien, eran una especie de

“autopresentación”. A esto se suman homenajes, canciones inspiradas en el movimiento, “detrás de cámaras”, contenidos de blogueros y líderes de opinión, así como todas las actividades paralelas asociadas: registros de marchas, asambleas, convocatorias, líderes de opinión hablando del movimiento, etcétera) y demás contenido etiquetado como #YoSoy132. Muchos de estos contenidos, al ser rescatados por los medios masivos, no sólo realimentaban las conversaciones, sino que eran retomados por ellas como contenidos transformados, hibridizados de manera dinámica, completando así el ciclo de comunicación de 360 grados al que se refiere Warkentin (2011). Apelando tanto a la subjetividad informativa, como a la seducción del contenido visual/ audiovisual o sonoro que las acompaña, las conversaciones reciclan así contenidos de diversos medios, ya sean de origen profesional o de aficionados, y los mezclan sin discriminar. La clave es, nuevamente, la historia; es decir, un punto identificable de coherencia que se transforma constantemente. El contenido se transforma en tiempo real en los momentos de mayor intensidad, cuando es tendencia, pero nunca parece en tanto reciba contenido, incluso pasado el momento de euforia.

Es por ello que la interactividad fue tan determinante en el movimiento #YoSoy132. Su fuerza radicó en su historia, rápidamente consumida por otros usuarios, y con la misma rapidez propagada en medios más masivos para que, de manera paralela, entusiasmara a miles de jóvenes y usuarios, instándolos a producir sus propios contenidos para sumarse a la historia del #YoSoy132: desde aquellos que desarrollaron sitios, hicieron activismo, levantaron imágenes, videos, audios, aplicaciones, obras de arte y hasta “memes”, así como productos (camisetas, diseños) y vínculos con movimientos semejantes.

Se podría asegurar así la disposición actual de los usuarios a visibilizarse ante la sobreoferta de contenidos, mediante prácticas publicitarias de autorrepresentación. De la narrativa de mercadotecnia elaborada surge la historia como elemento identificable de un trazo claro, o una idea que queda para comprender y con miras a comprometer a los demás usuarios. La narrativa del objeto, semejante a la de una marca, fomentó una ecología mediática trascendental de ese momento, de referentes omnipresentes que ocuparon el pensamiento social por meses y que apuntaban a una dirección, la del #YoSoy132, mediante el empleo del lenguaje profesional, semiprofesional y bien intencionado de recursos mediáticos, pues pensaron en el movimiento bajo una lógica comunicativa y mercadotécnica que facilitó la visibilización del contenido y la comprensión. Al hacerlo, los usuarios que propagaron el contenido del movimiento demostraron su cultura audiovisual *amateur* (en su mayoría), al aplicar gramáticas audiovisuales que se hibridaron en documentos hipertextuales. Así, el movimiento se consumió transmediáticamente.

Las identidades de estos jóvenes tampoco obedecen a un arraigo territorial definitivo, por el contrario, buscan la alteridad; sin embargo, las comunidades digitales a las cuales pertenecen ofrecen las mismas cosas: filiación, adscripción, sentido de pertenencia. Además, se han nutrido de programas alternativos de sistemas de información más amplios que los de alguien de mayor edad, por lo que sus referentes culturales son más abiertos, inestables, frágiles, complejos, difíciles de institucionalizar, y promueven la diversidad, la necesidad de cubrir diversos roles y, más importante aún, los medios sociales a los que ellos recurren profundizan el cambio y lo vuelven norma. La innovación es para ellos un estilo de

vida.

Galindo y González (2013) caracterizan las identidades de estos usuarios como si fuesen ajenas a las nociones de territorio, clase, etnia, credo, política, y las equipara más bien con identidades líquidas o circunstanciales, es decir, ligadas a situaciones temporales, a gratificaciones instantáneas y a componentes lúdicos.

El contexto particular de estos jóvenes es digno de mención. Ellos saben que pertenecen a una densidad demográfica única y viven en su mayoría en el Distrito Federal. Contrario a lo que sucedía en otros tiempos, ahora es más probable que un porcentaje alto de ellos llegue a la universidad. Toda su vida, han estado en contacto con formas paralelas de sentido; acuden a la escuela, crecen y socializan de manera habitual como otros jóvenes. Pero la singularidad es que ellos poseen una forma de socializar alternativa en el Internet, mediante las redes sociales. Se alejan del sistema social dominante en el momento en que son consumidores culturales muy particulares, sobre todo con respecto a la cultura mexicana masiva. Galindo y González (2013) aseguran, de hecho, que el incidente en la Universidad Iberoamericana fue precisamente un enfrentamiento entre un sistema de comunicación tradicionalista y nacionalista, y uno globalizado y posmoderno. Vista así, la convocatoria de estos chicos no es de una izquierda mexicana, sino de un discurso estético de una comunidad *hipster*.

¿Qué es la estética *hipster*? *Hipster* es un término peyorativo para referirse a jóvenes de clase media interesados en causas justas, pero que lejos de estar dispuestos a modificar sus vidas, mercantilizan y consumen ese estilo de vida. Según Maethes (2011), el término se origina en una tendencia que data de los siglos XVIII y XIX, precisamente de la estética del Romanticismo. La tendencia en

cuestión era una rebelión contra la idea de que las prácticas artísticas debieran tener un propósito, o de que la vida y todas las prácticas obligadamente tenían una función. Los actos y objetos pretenciosamente estéticos y artísticos buscaron entonces lo contrario, es decir, se opusieron a la noción racional y utilitaria. Buscaron promover lo inútil.

Los *hipsters* son la primera generación nacida en la contracultura y, contradictoriamente, de la industria publicitaria, la cual promueve la idea de que la “autenticidad y rebeldía” –que aquellos admiran pero de la que carecen– puede comprarse y consumirse. Como fenómeno social, las fuentes consultadas por Maethes (2011), aseguran que el *hipster* se traslapa con el desertor escolar, con el individuo sin clase, el neobohemio que coquetea con ser vegetariano, con emplear la bicicleta para transportarse y con ser potencialmente un obrero o un trabajador, pero que, curiosamente, se identifica tanto con la subcultura de la rebelión, como con la clase dominante, haciendo que su conducta ambigua y venenosa.

Mientras que la juventud de los años sesenta rechazaba el consumismo, las clases dominantes y el esnobismo estético, el *hipster*, según Grief (2010), es un consumidor quisquilloso y exigente que participa activamente, pero de manera deshonesto, en las ideologías dominantes. El *hipster* es aquel que está dispuesto a intercambiar la funcionalidad (en este caso, la conciencia social, el movimiento, el manifiesto, la agenda política, etcétera), por su inutilidad (ropa de diseño *eco-friendly*, comida inorgánica, etc.).

Los *hipsters* –quienes, por cierto, describen formas de consumo en países desarrollados y han homogeneizado las prácticas de consumo en países en vías de desarrollo– se suman así al ambientalismo, al anticonsumismo, al pacifismo,

etcétera., mientras ellos mismos siguen consumiendo productos de la cultura dominante y en los mercados de masa. Este consumismo se expande por el mundo bajo el costo de la exclusividad, la conciencia y la autenticidad, pues precisamente no tienen principios ni convicciones propias, políticas o morales.

Mathes (2011) concluye que si, en efecto, como dice Kant, la estética busca la condición última de la libertad, ¿será que los *hipsters* buscan liberarse de las funciones sociales? ¿Será que su interés por la alta cocina, por las fiestas de arte, por la música alternativa, sea un genuino intento de autosuficiencia? Quizás los *hipsters* reaccionan ante tantos movimientos, agendas y opciones de participación que su respuesta tenga como motivación la culpabilidad. Además, prosigue la autora, al ser seres fragmentados y posmodernos, terminan siendo ambivalentes y participan en todo, aunque sea durante un par de meses. La siguiente moda les ocupará otro tanto. ¿Esa es su forma de experimentar la libertad? Mathes remata con cinismo: es difícil saber qué motivación hay detrás, pero es claro que no es compromiso.

Visto así, el #YoSoy132 es un movimiento cuyos miembros son jugadores intelectuales, lúdicos y sensibles que oscilan entre las prácticas culturales de consumo y que pertenecen a las estructuras sociales de las que ellos mismos reniegan.

Las comunidades estéticas son, pues, una promesa de cambio, un juego de mercado vuelto moda que ahora también es una forma de sociabilidad política. Son, simultáneamente, comunidades de entrenamiento, entretenimiento y desarrollo social.

Lo *hipster* emerge a mediados del siglo XIX, según Galindo y González

(2013), como una comunidad cultural con poder adquisitivo, educada, independiente y con ocio⁵⁰ en la vida urbana, evolucionada y sofisticada. A sus miembros se les conoció entonces como *dandies*, esnobs o parásitos sociales. Disponer de tiempo y emplearlo de manera no productiva era mal visto tanto por las clases altas como por las trabajadoras.

En ese contexto singular, con el lujo del ocio, aquellos *dandies* desarrollaron una sensibilidad muy acorde al Romanticismo, pero bajo sus propias condiciones. Las comunidades estéticas se fueron relacionando de manera apasionada y subjetiva con todo tipo de referentes tanto emocionales como intelectuales, además del existente en las artes y humanidades. Pero, dado el contexto de la incipiente cultura del consumo, también se sumaron ofertas de las industrias culturales del entretenimiento.

Estos referentes se fueron interconectando cada vez más y, para el siglo XX, los miembros de las comunidades estéticas se servían por igual de referentes culturales pertenecientes a la alta y baja cultura. Por ello, hoy consumen un sistema de comunicación mixta donde se conjunta todo lo que se conoce como cultura mediática y artística del siglo XX, pero con la actitud sensible y de añoranza del siglo XIX.

Las industrias culturales y del entretenimiento, las artes y las formas de alta y

⁵⁰ El consumo se da en función de las necesidades sociales. Sin embargo, como fenómeno mediático, es relativamente nuevo: surge en el siglo XVIII y se desarrolla en el XIX, cuando el modelo capitalista se sirve de él para la acumulación. Por lo tanto, el consumo es una consecuencia del nacimiento de la “masa social”. A este respecto, Munée (1993), nos recuerda que el consumo es un ocio mal empleado, tomando en cuenta que el ocio debiese permitir una producción creativa, libre y significativa para la sociedad. Un empleo óptimo del tiempo o de la supuesta promesa de emancipación, significa acceder a acciones creativas, lúdicas y liberadoras.

baja cultura conforman así un referente desordenado de tradiciones que las comunidades estéticas organizan. Las comunidades generan un sentido compartido de esta nueva ecología mediática y, a partir de todos esos referentes, asumen una actitud de turista o *voyeur*. Los convocados forman comunidades en torno a asuntos y referentes: ropa, estrellas de cine, dietas, políticos, grupos musicales, estilos de vida, programas de televisión. Estas comunidades son, simultáneamente, medios masivos y medios sociales; se alimentan de símbolos, conexiones y emociones que tienen como referencia a los tradicionales diálogos y sentidos de pertenencia de las comunidades territoriales históricas, con la diferencia de que su identidad y sus formas de generar pertenencia no se basan en la pertenencia territorial, ni en la semejanza, sino en la emergencia y la eventualidad.

Las comunidades estéticas tienen la característica de que su vida social ocupa el centro de su actuación, sustituyendo el arraigo familiar y territorial de una comunidad tradicional. La sociabilidad es por ello vital para estas comunidades, pues comparten visiones alternas, procurando proveer un sistema de información distinto y estético que incluya comunidades. En el caso del #YoSoy132, su convocatoria estaba articulada por el movimiento. Reunió alternativas estéticas de diversos tipos, en una especie de movimiento social, juvenil y político contextualizado en una coyuntura electoral. La convocatoria era la promesa de una sociabilidad y vida social intensa tanto a nivel virtual como presencial, bajo un proyecto político.

Era incluyente con sus miembros que también pertenecían a otros movimientos, permitiéndoles diversos grados de participación. Un movimiento

estético es atractivo porque crea un sentido de pertenencia en la medida en que su fortaleza es la diversidad.

Los movimientos estéticos pasan por una fase terminal que Galindo y González (2013) denominan institucionalización. La institucionalización es el paso del movimiento estético al político, si bien conserva algunas cualidades estéticas, en realidad esta fase tiene como prioridades la organización, la asunción de posturas oficiales, legítimas y no legítimas, la toma de representaciones oficiales, entre otras.

Para finalizar, dichos autores hablan del papel de la conversación como potencial constructor social; establecen que hay etapas culturales de conversación, donde reside el potencial constructivo de las ecologías de las comunidades estéticas. Éstas vienen de la vieja tradición de los bares y cafés como lugares de encuentro donde los clientes arreglan el mundo y se explayan sobre las temáticas que les apasionan. Estos lugares son concebidos como espacios de encuentros que se han ampliado a las redes digitales y que son una extensión más de socialización.

Las conversaciones configuran los sistemas de comunicación y los cambios. Son los escenarios para planificar y agendar movimientos, que posteriormente se divulgarán en medios impresos. Actualmente, se difunden en la esfera de la hipermediación, es decir, en los procesos de intercambio simbólico que ocurren tanto en los medios tradicionales, como en los de la plataforma web 2.0 y en la hibridación de ambos. La integración del mundo con el hipermundo apunta entonces a nuevas formas de comportamiento y organización, y el #YoSoy132 fue una muestra de esto, aunque existen otros más, apuntan los autores citados.

En concreto, las comunidades estéticas aspiran a la estetización de la vida ordinaria, buscan forjar nuevas relaciones y formas de conocimiento ajenas a lo vulgar o al mal gusto. Sin embargo, su forma de acercarse a lo sublime es mediante la autenticidad, es decir, llevando a cabo actos que hacen evidente su “inocencia y su buena fe” denostando a los “mentirosos”, cuyo largo historial como tramposos y deshonestos es público. El problema de la autenticidad y su afán por mostrarse frescos y con la conciencia limpia es que los desmiente su propia práctica de consumo, la cual, en palabras de Galindo y González (2013), es denominada *hipster*.

Como ya se mencionó, este término peyorativo alude a una forma cultural de consumo de falta de autenticidad y compromiso firme con algo. Finalmente, ello se traduce también en una identidad ambigua: quienes formaron parte del #YoSoy132, ¿pueden ser *hipsters* y a la vez auténticos? ¿El consumo cultural *hipster* es el mismo en un país en vías de desarrollo que en uno desarrollado? Para que un movimiento social tenga éxito, la participación es vital. ¿Qué tipo de participación tienen chicos con identidades y consumos *hipster*? ¿Cómo explicar la intencionalidad de estos jóvenes cuyos referentes culturales son tan diversos y quienes, muchas veces, en efecto ya no tienen un arraigo nacional o territorial? ¿Será que el Internet provee de una homogeneización cultural a tantos Méxicos que coexisten y el #YoSoy132 es un ejemplo de ello?

V. Empatía e interés colectivo en el ámbito digital

*No necesitamos un padre o una madre para luchar por nuestros derechos
y lo que es nuestro. Lo que necesitamos es una familia más grande*

*de hermanos y compañeros que aquí están con nosotros y que por esos micrófonos
y estas cámaras nos están oyendo en otras partes de México.*

Gira de "La Otra Campaña"

Yucatán, 20 enero de 2006

Rifkin (2010) plantea que el impacto de las tecnologías web 2.0 nos ha brindado una conciencia dramatúrgica y mediática, y que esto incentiva aún más nuestra naturaleza socializante y relacional.

A partir de una recopilación de estudios sobre la conducta humana y la naturaleza socializante y relacional del ser humano, Rifkin (2010) hace una ardua crítica a la postura freudiana de la pulsión libidinal. Cada estudio revisado concluía que atribuir a esa pulsión la definición de la conducta humana era simplista y no explicaba la genuina naturaleza del ser humano, que es, ante todo, socializante.

La agresividad para lograr la satisfacción, así como la evasión del castigo, son las premisas con que Freud explicó las relaciones internas (entre nosotros y el entorno), y externas (con los demás y el mundo exterior) que los seres humanos construimos para desempeñarnos en el mundo.

Sin embargo, cada uno de estos autores fue encontrando evidencia empírica de que la pulsión primaria es en realidad la sociabilidad. La meta última de la pulsión libidinal es lograr una relación *con* un objeto y no la gratificación de la pulsión en sí (Fairbairn, 1952). La presencia de actitudes destructivas y la satisfacción de la libido son más bien respuestas que compensan la frustración de otro tipo de necesidades básicas: el deseo de cariño, la búsqueda de conexión, la necesidad de amor, afecto y compañía.

Por su parte, Kohut (1985) propuso que las pulsiones son relaciones y conexiones que el bebé hace como principio de la realidad y que adquieren carácter destructivo en el momento en que el bebé es incapaz de crear lazos de confianza o de conexión emocional con un objeto.

Winnicott (1988) va más allá y afirma que un bebé debe entenderse como un ser *producto de sus relaciones*, y no como individuo. Este autor enfatiza la importancia de su primera relación, que es con el pecho materno, pues lo marcará para forjar relaciones futuras, por lo que debe construirse de manera adecuada y activa,⁵¹ dado que en ella, “él crea su mundo”.

El cambio paradigmático para explicar la conducta humana ha derivado así en que **somos seres relacionales, y la conexión activa es la nueva fuente de satisfacción, puesto que nuestra pulsión es ser parte del medio social.**

Bajo este esquema, Suttie (1952) habla de los sustitutos de la primera relación madre-hijo: el contexto del juego, la cooperación, la competencia y la búsqueda de intereses políticos y culturales afines. Estas actividades se volverán nuestra nueva madre, es decir, serán nuestro nuevo entorno de creación de confianza, compañía, atención, apego y vínculo social. Gracias a estas prácticas, el ser humano regresa a sentirse vinculado y con un sentido, y buscará este

⁵¹ Winnicott (1988) explica que las impresiones sensoriales son recordadas y serán las encargadas de procesar nueva información para valorar experiencias y para asumir comportamientos determinados, según ciertos estímulos. Si un niño logra tener la confianza de que encontrará su objeto de deseo, tendrá la posibilidad de tolerar gradualmente su ausencia: en su primera experiencia para la construcción de su realidad, el bebé deberá tener la iniciativa de buscar y encontrar el pecho materno; si, por el contrario, éste se le da, el bebé desarrollará una actitud pasiva y estará predispuesto a no buscar forjar de manera personal y propia sus relaciones externas. Su forma de constituirse como individuo será obstaculizada.

sentimiento a lo largo de toda su vida adulta, en sus decisiones, en sus actividades diarias y en el trabajo, entre otros ámbitos.

Al respecto, si pensamos en nuestro *corpus*, es importante destacar que las conversaciones en tendencia suelen ser convocatorias. Es decir, por un lado tienen la intención de comentar y contribuir a que la corriente de opinión del #YoSoy132 se vuelva dominante, pero, sobre todo, buscan generar acontecimientos en la vida real. Hay un elemento volitivo muy importante que requiere del reflejo en la red para que funcione a nivel presencial: el deseo del sujeto de fundirse con su entorno, de relacionarse más allá de su corporalidad.

Por ejemplo, las tendencias del primer momento del movimiento #YoSoy132, encontradas con las palabras clave “más de 131 estudiantes” y “Peña Nieto en la lbero”, fueron apropiadas por los usuarios, quienes sintieron empatía por la comunidad del movimiento estudiantil. En este juego de identificación con las publicaciones y la participación, los comunicados son deseos, en primera instancia, para luego ser proyectados (Toret y Lumbreras, 2013). Con tendencias-convocatorias como #PeñaNieto, se derivó en otras migraciones de opinión como #somosmasde131, #131aplausos, #marchayosoy132 e incluso #Festival132. Todas ellas pretenden lograr acontecimientos que son pre-vividos en las conversaciones para luego ser experimentados en la vida real. Por eso es tan importante que la comunidad se apropie de la conversación, pues si no se identifica en términos volitivos o emocionales (por ejemplo, #DORIGAALSERVICIODEEPN, #somosmasde131, #131aplausos, o #MeEscondoEnElBañoComoEPN), muy difícilmente logrará ser tendencia y menos aún será un acontecimiento (#MarchaAntiPeña o #Festival132). De esta

manera se crea un vínculo visual con la empatía de “proyectar un deseo colectivo en una fecha, activar las redes para que se extiendan haciendo suyo el acontecimiento” (Toret y Lumbreras, 2013).

La hiperindividualización de la que se acusa a los sujetos en la actualidad es un proceso de subjetivación que en realidad requiere ser experimentado en comunidad. Casos como el #YoSoy132 o los movimientos alterglobales muestran cómo esta profunda individuación busca ir de la mano con su entorno local o cultural. Necesita formar parte de esta célula cultural en la cual nació o a la cual quiere pertenecer. La indignación ante las respuestas de Peña Nieto a los cuestionamientos de los alumnos de la Universidad Iberoamericana sobre su actuación en Atenco, como gobernador del Estado de México, por ejemplo, provino de estudiantes que entendieron los atropellos a los derechos humanos ocurridos en aquel conflicto como propios, aunque no los hayan vivido personalmente.

El entorno social se volverá nuestra segunda madre y la empatía es el mecanismo biológico para percibir, sentir y entender emocionalmente a los demás. Las neuronas espejo, a las cuales se les atribuye la empatía, nos brindan la capacidad para relacionarnos y para ser en comunidad.

La empatía permite la comunicación y sin ella estamos inhabilitados para entender la noción empírica y teórica de cooperación, para leer la intencionalidad, para entender la solidaridad, las necesidades y los sentimientos de otros, y, por lo tanto, estaríamos incapacitados para responder. ¿Cómo se da esta comunicación, producto de la empatía, en el ámbito digital?

Rifkin (2010) cita a estudiosos del fenómeno de las relaciones parasociales

para afirmar que los medios digitales nos proveen de una conciencia dramática y relacional. Describe cómo este fenómeno empezó con los medios modernos masivos y prosiguió con los medios digitales, gracias a científicos como Horton y Wohl (1956), quienes fueron los primeros en observar cómo en los televidentes y radioescuchas estadounidenses se generaba una curiosa “ilusión [...] de tender relaciones con el intérprete”. (p.546).

Lo parasocial da cuenta de relaciones imaginarias con presentadores, actores, conductores y demás personalidades de un medio de comunicación. Son formas de vincularse con personas que si bien son ajenas a nuestra vida cotidiana, por aparecer en la radio o la televisión forman parte de nosotros, al grado de tener la impresión de que los conocemos y desarrollar afinidad por ellos. Según estos estudiosos, las relaciones parasociales permiten que los espectadores exploren sus propias relaciones domésticas al ver en contraposición la vida (o las narraciones que representan) de presentadores, actores, cantantes y demás personajes públicos. Esto, prosigue Rifkin (2010), ha moldeado nuestra mente de manera dramática.

Hoy los medios modernos se instalan con los medios digitales y, en consecuencia, la mente dramática se vuelve hedonista. Podemos explicar nuestras vidas en función de nuestros artistas y presentadores favoritos: por medio de sus canciones, sus atuendos o cortes de cabello que imitamos, los personajes que han interpretado, sus vidas de bohemia o su carisma. Pero también podemos hacerlo desde nuestras propias relaciones que gestamos a partir de los videos de nosotros mismos que colgamos, nuestras publicaciones, las fotografías que elegimos subir a Facebook, MySpace y demás medios sociales.

Como ya se afirmó aquí, es un proceso de autocomunicación en el que se generan contenidos autorreferenciales y para consumo propio.

Lo importante de la conciencia dramatúrgica es que permite asumir roles y generar escenificaciones para dar mensajes claros con respecto a nuestras necesidades. Gracias a la tecnología web 2.0, asumir roles se ha vuelto algo cada vez más normalizado e interactivo (Rifkin, 2010); sin embargo, no podríamos interpretarnos sin el reflejo que surge ante los demás.

Así, pues, la comunicación en el ámbito digital es dramática, se basa en símbolos e interpretaciones compartidas (Perinbanayagam, 1982) y es “una vívida descripción del estado mental que acompaña a una generación que está continuamente cambiando de identidad, rol, guion y escenario, mientras transita entre redes sociales y comerciales, tanto en el espacio virtual como en el real” (Rifkin, 2010, p.568).

Una manera de comprender este fenómeno en nuestro estudio de caso es observar el empleo del testimonio performativo. Antes de que el movimiento fuera conocido como el #YoSoy132, los primeros contenidos alusivos en las redes se refirieron a la denuncia del sesgo informativo respecto al desliz del candidato oficial en la Universidad Iberoamericana y a la defensa de los estudiantes ante las acusaciones de que eran “porros, acarreados” y grupos cercanos a Andrés Manuel López Obrador. Por ello, por ser testigos genuinos de primera fuente, sus contenidos abanderaron la acción democratizante, basada en acciones y programas lúdico-políticos que buscaban la innovación social mediante proyectos, deseos e intereses en común, y, sobre todo, a partir de una gran capacidad de movilizar estados anímicos. La suma de individualidades fortaleció la experiencia

multimedia (mediante testimonios, blogs, fotografías, canciones, etcétera), intensificando exponencialmente el evento y sus narraciones transmedia y, al mismo tiempo, retroalimentando las tendencias de opinión en Twitter que hacían referencia al mismo. De ese modo se logró una explosión mediática, posmediática e hipermediática del acontecimiento, incrementada no sólo porque invadió los medios tradicionales y masivos, sino porque el medio social –reflejo indiscutible y procesual de un conflicto cultural– estuvo presente en la esfera mediática en la medida en que los usuarios así lo desearon. El medio es una extensión vivencial-experimental de cada individuo que no concluye con la temporalidad de una noticia, sino que se transforma con el tiempo, conforme es recuperado y según la iniciativa personal.

Además, no es lo mismo ver a un actor o a un comentarista que a un sujeto anónimo (un estudiante, en este caso) que incita a reflexionar sobre la manipulación mediática de Televisa para posicionar al candidato del PRI a Los Pinos. El valor del testimonio performativo estriba precisamente en que busca ser noticia por iniciativa propia, por méritos y medios propios. Su agenda política forma parte de la producción multimedia: la promoción democrática en este caso, junto con su persona. No hay diferencia entre el productor de noticias y la noticia misma.

Sólo así se puede entender la conmoción que suscitó el surgimiento del #YoSoy132. Encontró eco, sin duda, en otros usuarios y no usuarios que, expuestos a la actuación de Peña Nieto y a la indignación que ésta causó a los estudiantes de la Universidad Iberoamericana, decidieron agruparse en torno a ese movimiento. De esta manera, el comportamiento local de las decenas de

estudiantes que expusieron públicamente el incidente contagió la estructura en red de su propio círculo, para después extenderse a círculos externos, dando una dimensión estructural y de red al comportamiento de repudio y distribuyendo estados anímicos que se reflejaron en otros.

Si bien el drama y la teatralidad son artificios para conducirse a nivel social, ¿en dónde queda la sencillez o, dicho de otra forma, la autenticidad? Gergen (1991) propone que la interpretación de roles parte de la premisa de la existencia de un yo real, asumiendo que todo usuario que utilice redes sociales y sus avatares, tiene claro cuál es su verdadera identidad al jugar a expandir su alter ego o diversas formas de ser, según sea el caso. De otra manera se puede caer en una fragmentación de la persona, generando incoherencias capaces de disolver el yo.

Rifkin (2010) habla de las particularidades de la generación del milenio –la de los usuarios nacidos a partir de la década de 1990– a la que llamamos en el capítulo sobre comunicación digital “letrados o nativos digitales”, generación Google o generación Y. A juicio del autor, estos usuarios saben interpretar múltiples roles, pues tienen claro que el mundo, complejo e interconectado, posee contextos cambiantes, ciberespaciales y reales, con temporalidades lineales y paralelas. Los de la generación del milenio saben que su identidad es relacional y no privada; tienen perfectamente claro que la relevancia actualmente radica en ser inclusivos y no en la exclusividad.

La dramaturgia ofrece la posibilidad de conocerse en la otredad. Lifton (1993) afirma que la vida contemporánea implica interpretar diversos personajes a lo largo de la existencia, lo que podría hacernos más tolerantes. La tolerancia es, por

cierto, el resultado de actividades mentales muy complejas. El hecho de vivir diversas realidades implica necesariamente una madurez y plasticidad sólo factibles con una conciencia proteica, una especie de estado mental superior.

Rifkin (2010) asegura que la empatía surge de diversos mensajes que los otros nos inspiran. Por un lado, se tiene conciencia de la unicidad, es decir, sabernos todos distintos y únicos; por otro, se tiene conciencia de la fragilidad y la mortalidad que todos compartimos. La empatía se presenta cada vez que percibimos la soledad existencial del otro, cuando padecemos por el otro y cada ocasión que vemos y reconocemos su esfuerzo por ser, pues entendemos su dolor y empeño porque padecemos nuestras propias necesidades de trascendencia. Nuestro conflicto por vivir está presente en ellos también y compartir esa condición de vulnerabilidad nos une y nos humaniza más.

Esta característica íntima y subjetiva la encontramos en el #YoSoy132, movimiento que expuso a los usuarios y actores sociales a un cambio paradigmático, fruto de luchas sociales previas. No en balde son sensibles a las batallas que si bien han sido normalizadas en la actualidad, en el pasado fueron un tabú que a sus hermanos, padres o abuelos correspondió derribar: derecho a una vivienda digna, a la información, a la paz, a elecciones limpias, derechos de las minorías sexuales, de las mujeres, de los indígenas, entre otros. Esto lleva a los chicos a aspirar a una convivencia más igualitaria, pues saben que tales derechos –y obligaciones– deben ser conquistados diariamente, sobre todo porque en su vida cotidiana están expuestos a la realidad de la lacerante inequidad en México.

La diferencia es que ellos saben que una manera de participar en la defensa

de sus derechos es la mediatización personalizada. Emplean su propia persona para promover su sentir y causa. Así inició el movimiento, cuando muchos de ellos, sin ser activistas, decidieron exponer su persona en las redes sociales y los medios masivos. A su juicio, valía la pena demostrar que no eran acarreados ni porros, que no habían sido entrenados y que eran estudiantes.

Entonces, opina Rifkin (2010), el comportamiento de las generaciones actuales oscila entre dos polos aparentemente contradictorios. Por un lado, el medio digital fomenta como nunca antes la participación y sensibiliza respecto a la organización civil y la movilización en torno a asuntos de interés público y privado; el compromiso cívico está presente tanto en las redes sociales como en otros ámbitos. Por otra parte, los mismos usuarios que promueven la participación y la acción social desde sus redes sociales y comunidades digitales son narcisistas y hedonistas. De hecho, las suyas son las generaciones más hedonistas y orientadas por el medio que han existido en toda la historia de la humanidad.

La obtención de la fama es una de las motivaciones más comunes entre los usuarios que usan los diversos medios sociales en el ámbito digital. Según Pew (2006), el 76% de los blogueros usa el medio porque considera que su vida es lo suficientemente significativa para merecer atención y escrutinio público; de hecho, ocurre un fenómeno similar en lugares tan distantes como Alemania o Japón, donde se ha cuantificado que hasta un 40% de los jóvenes adultos sueñan con ser descubiertos (Carey, 2006).

Rifkin (2010) ofrece dos explicaciones para el fenómeno mundial de la aspiración al reconocimiento público por parte de los jóvenes: un miedo natural a la muerte y un deseo de inmortalidad. La fama parece dar una noción de sentido a

nuestra propia existencia en las redes. Sin embargo, el autor citado resalta que la excesiva autoestima es producto del currículo escolar estadounidense que recibieron los niños entre las décadas de 1970 y 1990. Durante los últimos 30 años, la educación de esos niños se centró en motivar y reforzar la autoestima, lo ha resultado en la actitud egoísta y narcisista de dichas generaciones. Tienen la noción de que es importante ser únicos, ser valorados como “especiales”. La posibilidad que ofrecen los medios digitales de crear contenidos para luego difundirlos entre todos sus contactos alimenta aún más esas aspiraciones.

Sin embargo, la tesis de Rifkin (2010) es que los integrantes de la generación del milenio tienen un contexto un tanto distinto al de las generaciones previas, y si bien comparten la necesidad de estar bajo los reflectores, también les ha marcado *para bien*, pues son más tolerantes y empáticos. El autor menciona que ellos demuestran más afinidad, pues en sus cortas vidas han normalizado los tabús sociales, culturales y políticos que enfrentaron sus padres. Efectivamente, tal como lo vimos con los jóvenes del #YoSoy132, en Estados Unidos, por ejemplo, la sensibilidad a favor de la igualdad va de la mano con la historia reciente de sus padres o abuelos: gran parte de esta generación descende de migrantes que en su momento buscaron luchar por sus derechos. También son más cosmopolitas (han viajado o conocen otras formas de vida; Internet ha contribuido en gran medida a que conozcan procesos históricos y culturales distintos a los locales), son más conscientes de la importancia del medio ambiente; conocen a, son amigos de, o son fruto de matrimonios interraciales, de minorías sexuales o de discapacitados; de ahí que su entendimiento del mundo se dé desde un criterio más abierto.

Rifkin (2010) sintetiza que la generación del milenio posee una mentalidad narcisista y empática, y su conciencia relacional sale a relucir cuando emplean los medios digitales para explorar y expresar su intimidad, la cual tiene y busca un alcance universal. En este sentido, este autor define la “intimidad universal” como la búsqueda de reflejo o de pertenencia total por parte de estos jóvenes. Nuevamente, la trascendencia es la cura y la aspiración principal de los usuarios que emplean los medios digitales.

La comunicación empática es efectiva porque la mayoría de los usuarios en línea forman parte de la generación del milenio, la más mediatizada de toda la historia moderna. De hecho, la mediatización es una experiencia netamente contemporánea. Los usuarios dominan las prácticas y productos culturales populares de los medios masivos de comunicación y en sus mensajes emplean convenciones lingüísticas multimedia e hipermedia, en las que conviven diversos lenguajes y tradiciones culturales de comunicación, publicidad y arte. Son usuarios que piensan como el medio.

Tal como se ha mencionado en este trabajo, la mediatización es una herencia cultural resultante de las crisis de representación y del papel del arte durante el siglo XX. Recordemos que, según Acha (1988), la masificación como nuevo contexto de contemplación artística (y de cualquier desarrollo de consumo o de producción) implicó que el diseño mediara toda relación con la estandarización y estetización en las sociedades modernas. Sin embargo, en estos tiempos digitales, el paradigma ha cambiado y el diseño de la estandarización ha sido sustituido por la adaptación al usuario y la exacerbación de su subjetividad y personalidad. Por lo tanto, es natural que el sujeto experimente su individualidad a

través de su creatividad y capacidad productiva en cualquier espacio digital. En tal caso, el diseño permite que el usuario, mediante sus conversaciones en línea, no sólo sea empático respecto a las necesidades humanas o coyunturales de los demás, sino que le ofrece herramientas para experimentar su propio ser; ya no bajo ideales aurásticos (la obra de arte como documento de un acontecimiento único e irrepetible, mágico y con valor de culto), sino profanos (como experiencia participativa, renuente a seguir siendo anónima), tomando las palabras de Benjamin (2003), quien ya en el periodo entre las guerras mundiales identifica en las sociedades un nuevo ideal de concreción de su vida cotidiana, ante el debilitamiento del nacionalismo (Echevarría, 2003). Las nuevas masas estaban indispuestas a seguir siendo masas desde la primera mitad del siglo XX. Casi 70 años después, esta inquietud tiene la posibilidad de ser realidad gracias a la mediatización de las interacciones en las redes.

Al estar diseñados para sentir lo que el “otro siente”, se desvanecen el *yo* y el *tú* para volverse un *nosotros*, en una experiencia compartida de lo colectivo, a una escala social. Esta capacidad de estar en sintonía y compartir hace que los medios de comunicación se utilicen como extensiones de nuestro ser, logrando nuevos modos de organización política y social.

V.1 La empatía en las redes: Entre el formalismo de la imagen profesional y el valor moral de la imagen amateur

Si bien la empatía se expresa en las escenificaciones que los usuarios hacen de sí mismos, tenemos que entender este proceso dentro de una democratización e

hibridación de las tecnologías, algo que Bañuelos (2013) llama un “escenario fotográfico digital”, en el cual la industria fotográfica y de imagen digital

(...) en convergencia con una nueva arquitectura tecnológica, compuesta por software de captura, de gestión, de tratamiento, de impresión y de salida digital, así como de cámaras digitales en todos los formatos convencionales, teléfonos móviles con cámara, sitios participativos, redes sociales, pantallas 3D y una hibridación mediática que incluye la imagen fija, video, sonido, edición, texto, animación, retoque, publicación Web, geolocalización y transmisión *WiFi* (p.12)

aporta a la fotografía actual una lectura mucho más intertextual, cuya estética es claramente cinematográfica, videográfica o literaria, que genera una imagen sensorial.

En el caso de la imagen digital, Darley (2002) explica que las formas culturales contemporáneas presentan como experiencia la repetición, la desvinculación y la autorreferencialidad, donde los textos aludidos evolucionan de manera ecléctica para reproducirse luego como una remezcla, como variación (el caso del videoclip es paradigmático), y deliberadamente aluden a su propia representación y artificialidad,⁵² así como a la superación de sus modelos de

⁵² En la Modernidad, el proyecto cultural era la originalidad. En cambio, las formas culturales contemporáneas, por su condición posmoderna, promueven la copia, el surgimiento del aficionado o del *bricolage*, la piratería cultural y, de manera recurrente, el recurso de la ficción y la simulación, o incluso la conciencia de la falsedad del artificio representado. Ejemplo de ello son los *sketches* en MTV y prácticamente en cualquier programa de televisión, los *reality shows*, los homenajes a textos audiovisuales previos y populares, el seguimiento de noticias bélicas en medios digitales, y el “salir de la película” para representar al medio como invasión de la realidad.

representación. Aluden, pues, a la hiperrealidad. En el caso de las comunicaciones en los medios sociales, esta artificialidad y conciencia de representación están presentes en los usuarios a través de sus *nicks* e imágenes de perfiles, publicaciones y demás recursos que a pesar de ser públicos, en realidad están destinados a la autocomunicación y para el juego de la representación del yo privado vuelto público.

La conciencia de saberse representados es un doble juego en el que el usuario se retrata desde un segundo orden (Darley, 2002) o una segunda fuente: es decir, no se basa en una imagen representativa o icónica de sí mismo, sino en una representación o convención del medio simulado. Ejemplo de ello son las fotografías que se toman a sí mismas las chicas (aunque los hombres también lo hacen) con el teléfono celular para luego compartirlas en las redes. Estas *selfies* no son un autorretrato definitivo que establezca de manera finita y estable su identidad, como antes lo hacía el retrato, sino todo lo contrario. La *selfie* (autorretrato realizado con un teléfono celular) es procesual y contingente, que permite forjar cambios de imagen según lo desee el usuario, quien “posa” haciendo alusión a diversos referentes. Las adolescentes, por ejemplo, suelen imitar posturas de los calendarios *pin up*. Posar como una estrella que aspira a ser especial es un referente de segundo orden, porque es una forma de representación no analógica, sino totalmente mediática, procesada, artificial y convencional según el género fotográfico y de la persona: una mujer posa de manera distinta a un hombre, según su percepción de lo que ella o él representa para sí misma/o. Pero siempre, guiados por la convención fotográfica.

La imagen digital no es la única que presenta estas características. Las

conversaciones u objetos textuales y visuales también hacen uso de recursos como la copia y remezcla, difunden los contenidos de manera descontextualizada y suelen estar marcados por una gran autorreferencialidad y personalización, donde se privilegia cada vez más una interacción que intensifica el punto de vista personal. Siempre haciendo uso de recursos prediseñados (aplicaciones, *mashups*, medios), los usuarios “copian y pegan” para darle énfasis a su comunicado que, paradójicamente, utilizan como carta de presentación aun cuando no necesariamente lo crearon ellos mismos.

Este es el caso de Twitter y otros medios sociales. Sus contenidos son rutas a referencias de contenidos hechos por terceros para interrelacionar discursos o necesidades comunicativas que remiten a las fuentes. Esto es muy importante porque la comunicación digital promueve una fase social de pensamiento en la que los usuarios pueden generar su propio punto de vista, evitando los vicios de la desinformación o la demagogia, así como la persuasión o la manipulación. Aunque sería ingenuo suponer que quedó superada la fase cognitiva de la ignorancia o el sesgo informativo del que los medios de comunicación de masas fueron acusados de fomentar, sí es verdad que el amplio acceso a la información que existe en la actualidad hace menos probable la desinformación; los usuarios tienen acceso a las fuentes directas y, lo quieran o no, están constantemente contrastando su punto de vista con los demás. Por lo tanto, la expresión individual como accesorio único destinado a los artistas o a los forjadores de opinión pública (aquellos pertenecientes a canales oficiales dentro de las comunicaciones masivas) es ahora privilegio común de la gente ordinaria. Esta individualidad se aprecia sobre todo en cómo los sujetos procuran constantemente ser “ellos mismos”, mediante el

diseño. Pero, como se ha apuntado reiteradamente, son ellos mismos en la medida en que hibridizan sus autorrepresentaciones, guiados por convenciones analógicas tales como las fotográficas.

Como decíamos, la procuración de ser “uno mismo” parte de una simulación de referentes mediáticos, que es la definición de la imagen de segundo orden: en un inicio, las imágenes por computadora se basaron en la fotografía analógica, pero posteriormente, con la digitalización, pudieron prescindir de ella, basándose en la simulación realista de imágenes y buscando la interacción. Es decir, partieron de un referente inicial, que era la reproducción fotográfica, y posteriormente se basaron en su imitación. Pronto, el realismo de las imágenes digitales superó por mucho a las imágenes analógicas. Al respecto, Darley (2002) habla de imágenes de segundo o tercer orden, que son imágenes digitalizadas con un énfasis ultradetallado de su versión analógica, (así como de imágenes nacidas digitales, que simulan ser analógicas, siendo en realidad de un segundo orden). Es aquí, donde, a juicio de este autor comienza la fascinación por el formalismo de la imagen que hoy vemos intensificada en la imagen digital; nace de una tradición efectista que procura la estimulación visual más que el contenido narrativo.

La característica principal de la imagen digital formal es que proviene de un profesional. En el frenético impulso por desarrollar nuevas modalidades visuales, la imagen digital es el resultado tecno-estético de distorsión entre lo captado y lo artificial, lo auténtico y lo falso. La naturaleza “ultraanalógica” que asume la imagen digital supera a su modelo fotográfico o cinematográfico, al ser ella misma más cinematográfica o fotográfica que su referente. Su carácter ambiguo radica

precisamente en su creciente redescrición exageradamente convincente y, a la vez, cada vez más extravagante y extraña (Darley, 2002), pues capta al objeto, el medio, su género o convención y el tratamiento híbrido que surja de estas combinaciones. Esta estética de súper producción es un ejemplo que se sitúa en el extremo del virtuosismo técnico. El valor formalista de esta imagen profesional de segundo o tercer orden puede entenderse como de efectista, pues excita la mirada.

Pero, además, más allá de esta espectacularización formal que tanto aturde los sentidos, la imagen digital se encuentra, desde mediados de la década de 2000, en un contexto cultural de autoconsumo creado por aficionados, que compite por igual con la imagen profesional. Se desborda así la oferta de contenidos visuales en una circulación abierta en las redes sociales que, por ende, puede ser centralizada, controlada y vigilada. A la vez, esta situación ofrece la posibilidad de denunciar y/o certificar acontecimientos desde la esfera ciudadana, siempre apelando a la emotividad y la iniciativa individual de cada usuario/“prosumidor”. Además, los contenidos circulantes en las redes sociales también dan acceso tanto a contenidos posproducidos por aficionados o por productoras, como a contenidos digitales más modestos en síntesis e hibridación, como es el caso de las imágenes de perfil, o videos y fotografías que dan testimonio de un acontecimiento. De ahí que se profesionalicen.

Aunque no tenga la misma intención formal-sensorial apabullante de la imagen digital del cine o la simulación de segundo o tercer orden, por ejemplo, la imagen digital de aficionado que ahora está al alcance de todos los usuarios con un dispositivo móvil o una computadora es igualmente susceptible de trabajarse

como montaje, de excitar la mirada y de competir con formas de entretenimiento “verídico”, gracias al testimonio que ofrece. Su importancia radica no sólo en su valor testimonial, que finalmente es lo que interesa en este trabajo, sino también en su fácil acceso a un sinfín de editores que podrían hibridizar y tratar esa imagen al grado de hacerla prescindir, como lo han hecho el cine y los efectos especiales, de la realidad misma.

Las imágenes profesionales o testimoniales generan un contenido emocional en las conversaciones, resaltando las características de los sujetos que las emplean. Aunque no sean creadas por ellos, su mera elección ya establece un significado que revela su identidad.

V.2 El ejemplo empático hedonista de la imagen digital en redes:

El selfie

Como decíamos, la conciencia dramaturgca que observa Rifkin (2010) se puede entrever en la elección de imágenes tanto profesionales como de aficionado. Es decir, la subjetividad se expresa mediante el uso y la producción de contenidos. A continuación veremos dos ejemplos de imágenes creadas por los usuarios. La primera es la *selfie*, o autorretrato que se toma en un instante,⁵³ cuya finalidad es compartirla en línea y trascender en el espacio digital, mediante la hibridación de convenciones. La segunda será la imagen testimonial de algún acontecimiento.

Las *selfies* son usadas por muchos usuarios de redes sociales, sobre todo

⁵³ Quizás su propia inmediatez y facilidad inhiben que los usuarios piensen en las profundas implicaciones que puede tener una *selfie* en línea, pues, una vez fuera, jamás se recupera. La falta de conciencia sobre lo publicable obedece a la nula cultura de lo privado en ese ambiente público y omnipresente que son las redes.

por la población joven y femenina; recurren a ellas tanto usuarios comunes como figuras públicas, incluyendo a las hijas del presidente Barack Obama, al papa Francisco y a ex gobernadores mexicanos como Humberto Moreira.⁵⁴ Hay dos poses tradicionales: la primera captura el reflejo del usuario en un espejo, con lo que se muestra la “mirada del otro” desde el encuadre del celular, con el flash como parte de la imagen y un fondo más oscuro; suele utilizarse para mostrar la vestimenta para una noche de fiesta o algún otro evento. La otra tiene una connotación más sexual y se toma sosteniendo el celular frente al usuario, girándolo ligeramente en picada hacia abajo, a la altura de los ojos, o por encima; el resultado es una imagen íntima (la toma es cercana, abarca la longitud que permite la extensión del brazo) en la que se agrandan los ojos, se esconde la papada, se disimula el sobrepeso (porque no se aprecia el cuerpo) y, en el caso de las mujeres, resalta el escote como punto de fuga (Mata, 2010).

No es menor que las *selfies* sean una tendencia en la fotografía tanto profesional⁵⁵ como de afición, menos aun cuando se trata de reportar una especie de diario “visual” del proceso de autoimagen que generan las nuevas tecnologías. Las *selfies* son un medio instantáneo y ubicuo de autopromoción.

Según Day (2013), la pose misma del *selfie* denota la conciencia del artificio al crear esta autorrepresentación de juego,⁵⁶ de escenificación: un ligero arqueo

⁵⁴ Publimetro, 2014.

⁵⁵ Al respecto, se puede asegurar que tal práctica está generando una convención nueva de autorretrato que es retomada por la propia fotografía profesional, ya sea para ironizar o para retratar antropológicamente esta tendencia de autoproducción identitaria, en palabras de Bañuelos (2012).

⁵⁶ Traducción propia. Day, 2013.

de cejas, o una sonrisa cargada a un lado evidencian que el usuario en cuestión no se está tomando demasiado en serio (aunque el usuario afirme que verse bien no es muy importantes, este aparente desdén lleva a preguntarse si la mueca seductora ha sido ensayada previamente). Los ojos inocentes, grandes, semejantes a la pose *cute* (tierno, dulce, inocente) del *anime* japonés (otro género o convención que influye en la *selfie*) y el cabello revuelto denotan una belleza “natural”, como si el sujeto acabara de levantarse y no pudiera evitar verse así, en una especie de “descuido” que queda capturado de manera “inocente” por el usuario.

La intención sexy, prosigue Day (2013), se hace evidente al “chupar ligeramente las mejillas, exponer unos labios protuberantes, un chongo flojo y despreocupado y un poco de piel debajo de la clavícula (...). Posteriormente, se aplica un filtro halagador: la figura/fondo se desdibuja ligeramente y se suavizan los colores con un sepia que se emplea para hacer alusión a la época más sencilla de los discos viniles y las casas rodantes o *campers* de Volkswagen.”

Esta última reminiscencia es otra alusión a una tercera convención, un estilo *vintage* o retro que imita “formas auténticas” de una realidad histórica que las generaciones más jóvenes no conocieron: la fotografía sepia se asocia a las imágenes viejas de gran durabilidad y simboliza un color fotográfico que (contrariamente a la corta vida de la imagen a color o en blanco y negro) vence al tiempo (de ahí su empleo en archiveros) y recupera la información en cálidos tonos marrones.

Los discos viniles o los *campers* son puntuales ejemplos de una conciencia histórica, pero únicamente mediante el estilo: en la cultura visual, la tendencia a

mezclar lo *vintage*, lo retro o lo pasado de moda adquiere una connotación de autenticidad y conocimiento.

La información autobiográfica revelada por los usuarios en estos autorretratos, cuidadosamente escogida, ejemplifica la reescritura de uno mismo, una construcción natural del ser, asegura la Dra. Mariann Hardey, especialista en mercadotecnia citada por Day (2013). En ellos se ejercita un ritual visual sobre el conocimiento de uno mismo y, al mismo tiempo, sobre la vulnerabilidad ante los demás.

Otra lectura posible de la *selfie* –sin olvidar los riesgos que implica– es la autorrepresentación como objeto sexual, práctica común en la que las mujeres se autocosifican, tal como lo haría la mirada masculina, gracias nuevamente a otra convención: la de la industria pornográfica. Ellas dejan ver cómo tienen interiorizado este referente al posar imitando a las actrices del porno. La mirada que se construye a partir de dicho autorretrato podría representar formas de belleza mucho más auténticas que las ofrecidas en la cultura de la publicidad o en los sistemas de comunicación, aunque, nuevamente, ¿cuán auténtico puede ser el gesto si éste parece escenificado y ensayado, dejando ver así que se busca controlar la exposición?

Quizás la palabra más adecuada no sea autenticidad, sino veracidad (cuán creíble es). Respecto al control, por muchos filtros que se empleen en la imagen, ésta, una vez en línea, está a merced del público: la pueden ver otros usuarios, la pueden usar mercadólogos, la pueden explotar amantes resentidos. Y además, de cualquier manera, no puede haber control sobre cómo la percibirá la gente (Day, 2013).

Al respecto, Bañuelos (2012) asegura que una tendencia prominente en las redes es usar la fotografía digital para reforzar vínculos emocionales de amistad, así como para reforzar la identidad. Y esta socialización y relevancia de la emotividad son el contexto estético, político y cultural de la imagen, por encima incluso de su perfección estética,⁵⁷ que se logra con la alta fidelidad y la amplia gama de efectos disponibles en el teléfono celular inteligente.

V.3 El ejemplo empático con conciencia social en la imagen digital de las redes: la imagen testimonial de los movimientos sociales

Otro elemento que revela la conciencia dramatúrgica (Rifkin, 2010) es el uso de la imagen testimonial en las conversaciones en línea.

Cuando los usuarios presentan la realidad a través de simulaciones emplean el reciclaje cultural. En términos simbólicos, esto significa que están trabajando el concepto de historia en tiempo real. En las hipermediaciones, conviven restos y legados mediáticos de periodos pasados que, al ser descontextualizados, pierden su sentido inicial, como ya se indicó al hablar de la copia. Los legados de épocas distintas conviven –a pesar de estar separados por tendencias– bajo una narrativa

⁵⁷ Una de las tendencias estéticas observadas en los autorretratos es que, además de usar convenciones existentes –como el anime o la pornografía–, se recurre a “errores” fotográficos que van desde el fuera de foco, el barrido y el golpe de flash hasta los errores compositivos y la imagen vibrada, recursos todos que de alguna manera democratizan el discurso fotográfico. Lo mismo ocurre con la charla casual, con sus errores ortográficos y gramaticales, o el empleo humorístico del lenguaje que democratiza la conversación omnipresente en los medios digitales, con los “memes”. La estética del desenfado fotográfico es una especie de reivindicación de la emotividad del sujeto, su sello distintivo en una era en la que cada vez es más alcanzable la perfección técnica y formal de una imagen.

rizómica y transmediática que es transformada en tiempo real por los propios usuarios. Por lo tanto, la relación con la historia no se reduce a una de estilo, como Jameson aseguraba (Darley, 2002); en realidad, la historia se retoma todo el tiempo porque las redes son dinámicas.

La intención de los usuarios en las conversaciones en línea siempre es crear historia. No en balde tienen la mira puesta en la elaboración de testimonios performativos para llevarlos a formar parte del espacio global, que es el espacio digital. Su interés por trascender en las redes, mediante sus contactos, va de la mano con querer ganarse la autoridad moral que les confiere “narrar su verdad”.

En el caso de los contenidos en línea, los intercambios que ocurren durante las conversaciones son sometidos a una constante reapropiación y descontextualización, pues si bien la interacción se da mediante las ideas y emociones que dichos intercambios generan, éstos no tienen un formato dado ni se reúnen en algún depósito determinado. Los usuarios sustituyen su propia persona mediante sus acciones, es decir, las palabras que expresan y los intercambios que realizan. Con estos actos suplantán su identidad, pues sus comportamientos en línea son realmente la única materia con la que se cuenta para interactuar y conocer al otro.

El aparente vacío que existe en las imágenes estereotipadas y antiilusorias de los medios masivos (Darley, 2003) contrasta con la tendencia hacia la hiperindividualización observada en las imágenes digitales que circulan en las redes, incluso si fueron hechas por un profesional.

La imagen creada por las audiencias masivas con fines emancipatorios tiene la fuerza inmediata de una denuncia gestada desde el poder de exclusividad y de

testificación de un acontecimiento, poniendo las herramientas tecnoestéticas al servicio de la convocatoria ciudadana hipermediática. La transformación en las hipermediaciones es interesante para el usuario tanto por sus posibilidades creativas como en la consolidación de su propia autonomía social y cultural, al ofrecer memorias de eventos comprometidos con dicho proceso.

La imagen testimonial o del aficionado emplea igualmente el bagaje diseñístico aprendido de manera intuitiva de la cultura visual y audiovisual: los usuarios construyen sus propios testimonios, evidencian acontecimientos y/ o eventos, e incluso buscan recrear contenidos asemejando convenciones periodísticas, tales como el documental, la cronología, la entrevista o nota exclusiva mediante formatos híbridos noticiosos.

Anteriormente, con el monopolio de los medios masivos existía el riesgo de que un hecho fuera ignorado o manipulado. En la actualidad, el acceso a una diversidad de fuentes, así como la capacidad de los usuarios de generar y difundir contenidos de manera ubicua y a bajo costo, de dar su testimonio de algo, permiten personalizar una práctica mediática que se vuelve un acto performativo. Y es que ser testigo es, además, una elección cada vez más generalizada; se vuelve una experiencia diseñística que fusiona la política con el ocio. La individualidad de todos los usuarios que participan en la creación de imágenes los convierten medios en sí, reforzando sus lazos de subjetivación al trascender en tendencia y en historiales transmedia. El receptor, por su parte, siente un compromiso emocional y una complicidad difícil de ignorar. El evento registrado transgrede la lógica espacio-temporal y logra darse a conocer casi simultáneamente mediante el registro, la difusión, la copia y la reproducción. De

esta manera, no se puede alegar que no se “sabía” sobre dicho evento.⁵⁸ Las redes sociales inciden en esta nueva práctica de generación de conocimiento y acción mediante la grabación, creación y difusión de testimonios. De ese modo están en condiciones de denunciar la complicidad de las audiencias y/o instancias aludidas respecto a hechos que están “a la luz de todos”.

Según Boëx (2014), las imágenes que testifican la violencia, como aquellas que circularon durante la Primavera Árabe, generan un voyeurismo malsano, pero a la vez dan la palabra a la víctima. Muestran una nueva modalidad de violencia extrema, donde la elección misma de filmar implica una convicción profunda, pues el riesgo de hacerlo podría ser mortal. Los usuarios y periodistas activistas reafirman, con sus contenidos en línea, su involucramiento o su fe en la revuelta, donde la muerte cobra un sentido particular para los que sobreviven,⁵⁹ un sentido de militancia que humaniza a los protagonistas del conflicto, volviéndolos no sólo fuentes subjetivas de información, sino sujetos que padecen y comparten sus

⁵⁸ Conocer un evento mediante el testimonio mediatizado –Ellis habla del televidente en este caso– involucra una complicidad y, por ende, una mayor responsabilidad y obligación respecto a los contenidos (Ellis, 2002).

⁵⁹ Como orientador de sentido, los contenidos de la Primavera Árabe tienen tres propósitos principales (Boëx, 2014). Por un lado, son inspiraciones destinadas a otros activistas, para que se sigan comprometiendo con la lucha. Son, además, homenajes a los muertos que incitan a su martirización. En tercera instancia, al ser compartidas por los medios oficiales y por redes ajenas al movimiento, se dan a conocer a nivel internacional. Sus contenidos se han caracterizado por su creatividad y singularidad, enfocada a presentar la idea del mártir como algo deseable y cinematográficamente construido. Los videos con testimonios o narraciones de las vidas de los muertos muestran montajes profesionalizados al presentarlos como personajes de cine; al emplear convenciones mediáticas, facilitan la lectura “heroica”: sonorización de imágenes fijas, música de fondo, dramatización del momento de su muerte, cámara lenta, imágenes privadas y de su vida militante, voz en *off*, animaciones, efectos especiales, recreaciones, testimonios de sus compañeros, tomas de la bandera, eslogans, *jingles*, etcétera.

momentos de mayor vulnerabilidad a través de sus contactos, siempre con la esperanza de lograr que sus denuncias trasciendan a un ámbito transnacional.

La imagen testimonial ofrece así un valor de exhibición del sujeto en condiciones extremas. Poco importa la imposibilidad de rastrear fuentes y verificar información. Su representación de las problemáticas político-sociales dista mucho de las caracterizaciones mediáticas habituales, lo que es un punto a su favor, pues se vuelve íntima y creíble. Primeramente, ahí no hay censura (a menos que el canal en cuestión las vete); en segunda, aquí la lógica de mirar por placer se invierte: ¿quién quiere mirar el horror?, ¿quién quiere saber de las injusticias, de las denuncias, de la corrupción, de la deshumanización, de los muertos, de los mártires? Y tercera, el formalismo extremo en el que había caído la imagen profesional contrasta con el contenido narrativo de la imagen testimonial, sobre todo porque ésta suele ser recogida y profesionalizada con el tiempo, cobrando así una importancia contextual que persuade por su compromiso emocional, a pesar de su dudosa procedencia. En cuarto lugar, sean o no verídicas, si estas representaciones son reproducidas y se vuelven virales, se considera que algo de “verdad” deberá tener su contenido, pues apela a la sensibilidad social.⁶⁰

Reiteramos así que mientras las imágenes profesionales tenían un valor formal, las imágenes testimoniales tienen hoy un valor moral. El placer no reside en el hecho de mirarlas, sino en el de emplearlas como denuncia y como registros de vigilancia. Son indicios de una sed de justicia local que es denunciada a nivel

⁶⁰ Un ejemplo de la lógica de la reproducción hipermediática con fines de volver verdad un acontecimiento es la desaparición de estudiantes normalistas en el estado de Guerrero, a finales de 2014. A pesar de que los gobiernos estatal y local son perredistas, los medios sociales han propagado la idea de que tal atrocidad es responsabilidad de Peña Nieto.

global. Ellas transforman al usuario, quien se vuelve un “prosumidor” que recibe los contenidos a veces muy a pesar suyo. Y, al hacerlo, su calidad de “espectador” cambia cuando decide volverse partícipe, de manera empática, de las tragedias irresueltas. Al ser expuesto a este híbrido mediático que oscila entre la propaganda y el activismo *verité*, la imagen *amateur* logra emocionar y comprometer moralmente a los usuarios de las redes, quienes al reconocer su propia humanidad en estas terribles imágenes cotidianas experimentan sentimientos de indignación y horror visual que nunca podrán olvidar. Esta gran carga emocional de indignación se convierte en información corroborable cuando un medio oficial las emplea o verifica. De este modo, los contenidos que difunden tanto los medios de las redes como los medios masivos se validan entre sí y amplifican el acontecimiento (Pleyers, 2013).

Este cambio paradigmático que pasó de las producciones culturales dentro del legado moderno centrado en un creador único a las producciones impuras, populares y posmodernas basadas en la participación, se puede rastrear hasta mediados de los sesenta o incluso antes, con el Dadaísmo, el Surrealismo y el Romanticismo. En estas manifestaciones apreciamos prácticas artísticas y literarias críticas a la modernidad. Cobra relevancia la participación individual (sobre todo en el caso del Romanticismo, con el artista abandonado a su subjetividad). Este legado se retoma en las modalidades del arte contemporáneo y en la naciente noción de derechos y ciudadanía. La creatividad se recupera así ya no en solitario, sino en comunidad, y la individualidad como iniciativa personal adquiere una fuerza protagónica que se alimenta no sólo de las dinámicas en línea, sino del momento sociohistórico en el que vivimos.

Todo ello subraya la evolución de las dinámicas socioculturales, donde la interacción, la participación activa de los públicos y sus interpretaciones cobran relevancia sin necesidad de un líder político, un teórico o un curador, ni de un autor que explique o medie la obra. Estas manifestaciones promueven la afición a crear y comprender de manera personal. Además de cuestionar el valor y lo que define a un objeto artístico en estos tiempos –y no sólo lo que es arte en sí–, estas manifestaciones híbridas, ordinarias, no profesionales y populares ponen en entredicho lo que espreciado y valioso en una sociedad como la nuestra.

VI. Procedimiento metodológico

Tal como hemos reiterado a lo largo de este trabajo, la intención de emplear las conversaciones en línea para identificar las subjetividades cívicas en el México contemporáneo es revelar los procesos culturales donde converge la cultura audiovisual con los procesos sociales de emancipación. Esto refleja, a su vez, dos evoluciones paralelas: la subjetivación atomizada de las audiencias participativas y la autodeterminación estructural del tejido social marcado por el autoritarismo. Lo interesante de este proceso es develar un sujeto producto de su contexto sociohistórico (y tecnopolítico) que se hipermediatiza. Su intención es hacer historia paralelas a las narraciones que los medios oficiales van creando. A continuación se detalla la metodología para construir esta afirmación, es decir, para señalar esta forma específica de subjetivación que observamos en casos como el #YoSoy132.

La construcción de nuestro problema parte de la particularidad del estudio de caso que es el #YoSoy132, donde observamos una forma de conversación con fines de creación de conciencia social que difiere de otras luchas en la escena nacional. Para clarificar las particularidades de este agente cultural, tomamos la línea de tiempo del movimiento #YoSoy132 y lo dividimos en tres cortes. A partir de las interacciones en línea, identificamos las acciones más representativas del movimiento. Luego procedimos a contrastar imaginarios simbólicos de subjetividades políticas heredadas y provenientes de otros estudios de caso de creación de conciencia social (con base en López, 1998; y en Pleyers, 2013); gracias a estas categorías de esquemas de representación pudimos identificar

más claramente los contrastes entre las formas de subjetividad política vistas en este movimiento originado en la Universidad Iberoamericana. Evidentemente, el entorno web 2.0 no bastaba para caracterizar a este nuevo sujeto político, pero sí nos ayudó a comprender la subjetividad en términos teóricos con respecto a su especificidad digital. De ahí que definamos el ambiente virtual bajo tres variables que forman parte del marco conceptual: la comunicación digital, la empatía mediante las escenificaciones digitales y la comunidad como red y como práctica de sentido en común.

Para definir la expresión subjetiva de este actor social que no corresponde a esquemas de representación cívicas previas, generamos una nueva categoría a la que denominamos “global de segundo orden”, nuevamente influidos por las propuestas de López (1998; 2013) y Pleyers, (2013; 2014). Donde más se observa esta especificidad “global de segundo orden” es en dos acciones: el empleo del testimonio mediatizado performativo (donde el sujeto no sólo busca narrar acontecimientos, sino provocarlos y formar parte de la noticia misma) y en la profesionalización de contenidos, donde el actor social contextualiza un contenido. La performatividad mediatizada es el ejemplo más claro de una forma de subjetividad que busca ante todo la personalización de su agenda en un contexto global; es ahí donde más se acentúa esta tendencia a la hiperindividualización que permiten el diseño y las comunicaciones en las hipermediaciones. La profesionalización de contenidos, por su parte, busca compartir una agenda propia para contextualizar un acontecimiento y generar arraigo comunitario. A continuación se narran los pasos seguidos.

1) División de la línea de tiempo del movimiento #YoSoy132 para identificar las acciones más representativas

Para identificar las particularidades de esta nueva subjetividad que constituye nuestro estudio de caso, hicimos cortes en la línea de tiempo del #YoSoy132 (véase tabla 1). Con la división temporal de la línea de Twitter se lograron dos cosas. La primera fue identificar los referentes que los participantes en acciones futuras tendrán con respecto a su construcción de memoria. En efecto, los momentos clave generan una conciencia de congruencia que reorganiza constantemente la realidad que el movimiento buscó englobar y serán su guía en las transformaciones que habrán de experimentar (López, 1998). La segunda fue comprender, mediante las acciones más representativas de cada corte temporal, el sello distintivo del movimiento en cuanto a estudio de caso,⁶¹ surgido en un contexto de movilizaciones globales, bajo una coyuntura de elecciones nacionales.

2) Esquemas de representación: Los imaginarios simbólicos según las acciones más significativas de cada periodo analizado

La identificación de las acciones más representativas del movimiento da pauta para asociarlas a referentes de ciudadanía previos. Como indica López (1998), hacia finales del siglo XX, las formas de ciudadanía en México tenían imaginarios simbólicos de orden popular y cívico. Dichos imaginarios habrían de estar presentes en las luchas de la siguiente década, pero en el movimiento estudiantil

⁶¹ Según Stake (1992), un estudio de caso es una técnica de investigación cualitativa empírica que hace énfasis en la interpretación para poder abarcar la complejidad y singularidad del caso en cuestión. Es decir, se busca resaltar las relaciones que permiten comprender la situación, el problema y el contexto único de lo que el movimiento #YoSoy132 plantea.

gestado en la Universidad Iberoamericana no hay que perder de vista una tercera forma de acción ciudadana que obedece a nuevos contextos y actores sociales.

López (1998) observó, a finales de la década de 1990, una noción cívica de ciudadanía difusa, basada en el individuo y ya no perteneciente al imaginario revolucionario ni popular masivo que había dominado la esfera pública en otros años. En gran medida, esto mismo se observa para el #YoSoy132, sobre todo al inicio. Su actuar se asemeja más a las formas de trabajo de iniciativa personal, sin una adscripción comprometida, que a los actos masivos, territoriales y con un ideal claro del imaginario popular. Sin embargo, estos referentes se nutren mutuamente y, en ciertos periodos, unos cobran más relevancia que otros.

La identificación de los imaginarios simbólicos es el resultado de las acciones que definen a los momentos clave. El imaginario consiste en aquellas imágenes que pretenden corresponder con la acción colectiva. Basándose en Castoriadis, López (1998) plantea la acción creadora, como la denomina, como el concepto ideado para orientar y comprender las significaciones de una acción de sentido y de discurso que pretenden ofrecer un reflejo a una colectividad, mediante la búsqueda de parámetros que permiten estas significaciones.

Los imaginarios no son realidades representadas, sino esquemas de representación, donde se organizan los conflictos y experiencias que estructuran la identidad. Así, el imaginario ordena el mundo para los actores, mientras que la identidad da consistencia integradora al colectivo (López, 1998), como se puede ver en la tabla 2.

Tabla 2. Fluctuación de imaginarios simbólicos cívicos en México. Elaboración propia basada en López (1998) y Pleyers (2014).

POPULAR 1968-1985	CÍVICA 1985- 2000	GLOBAL DE SEGUNDO ORDEN 2010-
<p>Quiebre del presidencialismo y la institución (1968). Surgen dos modalidades de identidad popular:</p> <p>1) Sujeto barrial, defensa territorial. Masas movilizadas. Ideología de izquierda.</p> <p>2) Cristiano-progresista. Renovación moral del actor social, ONG y educación de derechos humanos. Ejemplo: Asamblea Popular</p>	<p>Sociedad civil difusa, organizada y crítica, observadora de procesos electorales.</p> <p>Trabaja a partir de la convocatoria.</p> <p>Pretende evitar otro fraude electoral.</p> <p>Busca la democracia por la vía institucional y una participación electoral más equitativa.</p> <p>Promueve la alternancia política. Ejemplo: Alianza Cívica</p>	<p>Movilizaciones contagiadas globalmente.</p> <p>Generaciones precarias y críticas.</p> <p>Tecnopolitización.</p> <p>Referentes de consumos alternativos.</p> <p>Estructurada en red, busca solidaridad trasnacional y vigilar las instituciones.</p> <p>Experimenta los valores democráticos desde su subjetividad.</p> <p>Iniciativa personal paralela a la vía institucional/ local.</p> <p>Testimonios trans/multimedia autoproducidos que ponen a prueba la calidad democrática. Ejemplo: #YoSoy132</p>

3) Registro seleccionado de las interacciones según el periodo analizado

Después de esquematizar con fines metodológicos los referentes de subjetividad cívica en México en los últimos 30 años, se eligieron imágenes que ejemplifican

dichos imaginarios simbólicos. Nos guiamos por la división temporal del movimiento estudiado para capitalizar las acciones más significativas de cada periodo y vincularlas a algún referente.

Las acciones que ilustran cada una de estas formas de ciudadanía son ejemplificadas en diversas capturas de pantalla correspondientes a las divisiones temporales del movimiento.

Es importante mencionar que el *corpus* derivado de la línea de tiempo se vio afectado por la volatilidad tan característica de los contenidos en línea. Por ello, y pesar de que las imágenes rescatadas del *corpus* pretenden ser representativas del momento analizado, algunos contenidos a los que se hace referencia ya no están disponibles. Sin embargo, esto no afecta la representatividad de la muestra; por el contrario, resalta la naturaleza efímera de las comunicaciones hipermediáticas.



Imagen 1. YoSoy132 [Yo Soy132Media]. Julio 30, 2012. En esta imagen, correspondiente al periodo poselectoral, el segundo momento clave, se puede observar el tono informal que es tan común en las conversaciones de las redes sociales, así como la falta de credibilidad que el movimiento fue generando entre los usuarios de Twitter, comportamiento que quizá pueda atribuirse a que la principal demanda del movimiento –impedir el retorno del PRI a Los Pinos– fue desoída. La imagen también muestra cómo en menos de dos meses el #YoSoy132 logró convertirse en motor de opinión pública y tener valor noticioso.

A lo largo de la evolución del movimiento se identifican varios imaginarios simbólicos que a menudo se entremezclan. Los referentes de los imaginarios, según las conversaciones de los tres momentos analizados, resaltan por sus acciones más representativas, las cuales dejan entrever la herencia de luchas previas, incluidos los comportamientos ciudadanos previos. Por ejemplo, en el tercer momento –cuando la generación de opinión pública sobre los procesos de

democratización pasó a segundo término—, la cuenta oficial en Twitter se mantuvo presente a través de convocatorias y denuncias de represión, y ya no mediante la negociación de sentido con otros usuarios. Esto podría interpretarse como el surgimiento de un imaginario simbólico distinto al inicial.

En la imagen 1, la conversación gira en torno a las nuevas medidas tomadas por el movimiento con respecto al resultado de las elecciones. El hecho de poder contrastar posturas y tener acceso a cualquier usuario interesado en la tendencia dio transparencia al proceso de negociación de sentido y promovió una libre participación que fue cambiando con el tiempo. Ventilar la negociación de sentido fomentó un sentir comunitario que fue perdiendo su espacio público posteriormente, cuando la cuenta oficial empezó a trabajar a partir de convocatorias. Sin embargo, la publicación de opiniones se mantuvo, arraigando formas de creación de opinión sobre conciencia social asociadas al movimiento. Tan sí generó opinión pública que diversos medios informativos empezaron a darle cobertura, como fue el caso de *El País* (@el_pais) y *Reporte Índigo* (@Reporte_Indigo).

El movimiento estudiantil generó una identidad ambigua porque sus simpatizantes —con diversos contextos de origen y maneras de involucramiento— poseen imaginarios distintos que no siempre se integraron de manera armónica y que entraron y salieron en diferentes momentos del movimiento. Estos imaginarios no perecen del todo, sino que conviven y salen a relucir en los planes de trabajo propuestos por los participantes. Como bien explica López (1998), el origen de estos imaginarios tuvo una función sociocultural que cumplir en su contexto histórico y, una vez que la cumplió, debió emerger un nuevo grupo que

personificara un nuevo imaginario. Pero éstos, como se ha visto, nunca parecen del todo; salen a relucir en diferentes momentos. Durante la vida del #YoSoy132, cada vez que los actos de sus simpatizantes requerían un nuevo esquema de significaciones, reemergieron propuestas ciudadanas previas que buscaban orientar al movimiento.

Por ejemplo, las desigualdades electorales, las formas de observación electoral y las afiliaciones individuales fueron los símbolos que articularon el imaginario de inicios de los noventa, que López caracteriza como “cívico”. Los esquemas de significación ahí gestados son: 1) la tarea de construir “lo ciudadano”, es decir, espacios para equilibrar las condiciones políticas y sociales, apelando al imaginario cristiano de la ética, el compromiso y la solidaridad; 2) proveer una visión técnica y organizativa de participación: observación, monitoreo, etcétera; 3) aportar la perspectiva jurídica de los derechos políticos como derechos humanos; y 4) dotar de una visión política.

Esta misma sensibilidad la vemos en el #YoSoy132, que hereda dicho esquema de significación y cuya motivación original fue, de hecho, la de exigir un voto informado en elecciones equitativas y sin el respaldo televisivo para alguno de los candidatos en particular. Otro de sus propósitos fue apelar a la cultura política, con lo que buscó sobrepasar la jornada electoral ampliando sus esquemas de significación. Esto lo hizo mediante consignas puntuales que unificaron prácticas históricas de participación política con otras más recientes, sintetizando así distintas luchas sociales en un mismo marco de acción. De ahí su interés por forjar lazos con otras luchas y por demostrar que el problema del quehacer político radica no sólo en la procuración de democracia institucional y

evidenciar la impunidad o la falta de justicia institucional, sino también en la apropiación de espacios públicos. De este modo, la versión de ciudadanía “cívica” que emergió en el contexto del fraude electoral en los años ochenta, evolucionó – casi 30 años después– en una trasnacionalización de la misma demanda: condiciones electorales equitativas.

El repudio del #YoSoy132 a las formas tradicionales de hacer política fue exacerbado por su indignación, aunque también por su conciencia de derechos, como ya hemos dicho.⁶² Hay en el movimiento un espíritu de reparación de los muchos problemas sociales y culturales semejante en su tono a la 6ª Declaración de la Selva Lacandona elaborada en su momento por el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN). Es decir, hay una intención expresa de respetar y celebrar la diferencia mediante la dignidad y la justicia, con lo que se entiende también la intención de concebir una democracia integral. Hay, por tanto, un interés expreso por abarcar los pendientes sociales. La subjetividad observada en estas formas de ciudadanía pretende la redención no sólo de procesos locales, sino históricos y de otros lugares.

⁶² Efectivamente, la noción de derechos humanos ha cobrado relevancia a nivel generacional. Dicho discurso no existía con tanta fuerza entre los jóvenes de hace una década o entre quienes formaron parte de la huelga de la UNAM en 1999-2000, por ejemplo. En gran medida, la cultura de derechos tiene que ver con una conciencia global –es decir, con la comprensión de la corresponsabilidad y la interdependencia en un mundo donde se comparten recursos cada vez más limitados (de ahí la importancia de la responsabilidad global)– y con el proyecto modernizante que la acompañaba. Por ejemplo, dada la posibilidad actual de compartir testimonios, las conversaciones en línea hacen obligada la vigilancia –civil– del respeto de los derechos humanos, así como su difusión. La denuncia pública obliga al Estado a cumplir sus obligaciones con los ciudadanos respecto a la procuración de dichos derechos; de no hacerlo, pese a contar con la evidencia de violaciones, el asunto pasará a manos de la comunidad internacional.

4) Identificación de características del nuevo esquema de representación: “Global de segundo orden”

En la tabla 2 se resumen las formas de subjetividad cívicas identificadas en el #YoSoy132. Encontramos al menos dos formas de trabajo sobre ciudadanía que se dejan entrever en sus manifestaciones en línea, acciones que se pueden ligar a imaginarios simbólicos coexistentes: el de corte popular, el de corte cívico y un tercero que ha evolucionado a partir del cívico y al que denominaremos “global de segundo orden”. Este último –un híbrido entre la forma de ciudadanía cívica y una forma de activismo alterglobal– es el que observamos sobre todo al inicio del movimiento surgido en la Universidad Iberoamericana. En los siguientes ejemplos daremos cuenta de las diferentes sensibilidades que fluctúan al interior del movimiento estudiantil.

El tercer tipo de subjetividad es de segundo orden por dos razones. Por un lado, tomamos prestado el término que Darley (2002) usa para referirse al estilo pictórico hiperrealista: a partir de una imagen simulada, se intensifican formalmente las cualidades de una convención en particular (retrato, por ejemplo) y un medio cuyo origen no es analógico ni real, sino de otra naturaleza digital (una película, una fotografía). Así, por ser una simulación mediante la copia –de segundo orden– puede deslindarse del origen analógico de su captura. Al caracterizar el tercer imaginario simbólico como una forma de ciudadanía de segundo orden, tratamos de evidenciar cómo gran parte de sus acciones en las conversaciones en línea (su forma de actuar, su organización, su motivación y su legado y su identidad inclusive) se basa en la mediatización compartida de

contenidos en línea. Existe un grado de interacción muy importante que se basa casi exclusivamente en la inmaterialidad, en la virtualidad y las formas de lucha que se expresan mediante simulaciones de simulaciones y una audiovisividad digital recreada y construida tanto con imágenes testimoniales como de imitación formal, legado de la cultura audiovisual. Su modo de organización está inspirado en la realidad, pero en gran medida se basa en postulados, ideas, deseos, emociones y convocatorias, es decir, en realidades subjetivas construidas mediáticamente.

La segunda razón la da López (1998) al sostener que la ciudadanía cívica identificada a partir de los años noventa es de segundo orden porque las identidades colectivas derivadas de este proceso se caracterizan por no tener como referente lo territorial. Se estructuran en redes porque no poseen una identidad primaria (por ejemplo, primero se consideran individuos y luego miembros de Alianza Cívica), lo que implica no tener una adscripción ni un compromiso necesariamente (1998).

De esta manera, la resignificación de lo que es una lucha social cambia. El paradigma de lo popular –que pasó por el paradigma de lo ciudadano– es finalmente la continuación de tradiciones de participación, como bien apunta López (1998), pero al integrarse nuevos espacios públicos en formación –con nuevos referentes simbólicos como la lucha electoral venida de la alternancia, el escándalo público mediante la imagen testimonial, las redes y la interactividad, la conectividad, la empatía mediante el empleo de convenciones mediáticas– también cambian los propios agentes de cambio.

La subjetividad encontrada en este nuevo referente simbólico de ciudadanía

obedece a una procuración comunitaria porque pretende negociar y transparentar sentidos, los cuales difunde en red. Además construye empatía al conducirse mediáticamente ante los demás y al estar dispuesto a volverse medio y a globalizar su causa. Este comportamiento es el más característico del #YoSoy132 en general, aunque en otros momentos saldrán a relucir formas cívicas más tradicionales.

Esta forma de subjetividad contrasta con referentes de ciudadanía previos, como se observa, por ejemplo, en la renuencia a sumarse al #YoSoy132 por parte de algunos participantes de luchas anteriores, como la huelga de 1999-2000 en la UNAM. Sin embargo, tras un par de semanas, optaron finalmente por acercarse al movimiento y, de hecho, con su experiencia y puntos de vista habrían de darle a éste otro tinte. Su renuencia inicial se debió a la gestación misma del movimiento en las redes sociales, pues para ellos las tecnologías y las campañas emocionales no eran los medios adecuados para evidenciar la falta de democracia. Existe un evidente prejuicio hacia las formas tecnopolíticas que las izquierdas se han encargado de propagar pues para ellos simbolizan las lacerantes diferencias de clase y con las cuales, por lo tanto, no se querían relacionar. Más aún, era inusitado que un movimiento crítico hubiese surgido en una universidad privada, pues tradicionalmente las movilizaciones y reacciones contra el sistema habían venido de las universidades públicas. Este juicio de valor prevaleció entre algunos de los actores sociales de más arraigo o con ideas distintas sobre cómo debía conducirse el movimiento (véase imagen 2).

Otro ejemplo es la adhesión del colectivo Artistas Aliados, con lo que la trayectoria mediática del #YoSoy132 adquiere un repunte creativo y cultural

memorable para la gente ajena al movimiento, pues se encargó de homogeneizar la imagen de éste, empleando recursos audiovisuales y gráficos de artistas cuyo repertorio de consumo visual hibridiza la protesta de corte tradicional al llevarla a las redes sociales.



Imagen 2. YoSoy132 [Yo Soy132Media]. Julio 5, 2012. Esta imagen corresponde al segundo momento clave del movimiento. A pesar de que obtuvo una aprobación cívica de inmediato, el #YoSoy132 fue mirado con cierto recelo entre la comunidad activista local de mayor tradición, lo que puede explicarse por la falta de referentes simbólicos cívicos en común. Esto no impidió que en otros estados, incluso en otros países, rápidamente adquiriera estatus de movimiento hermano de las movilizaciones a favor de la dignidad y la democratización. En esta imagen se observa la intención de vincularse al #YoSoy132 por parte de otras organizaciones conocidas por su empleo mediático en las movilizaciones sociales. A lo largo del movimiento, habrán de sumarse muchas más.

De esa manera se reforzó comunitariamente al movimiento hermanándolo con luchas semejantes y posicionándolo como un icono de lucha alterglobal en un contexto local.

Los agentes sociales que podríamos catalogar como de segundo orden global son aquellos luchadores culturales cuyos esquemas de representación alimentan un tipo de identidad igual de difusa que la cívica encontrada a finales de los años noventa, de corte liberal y caracterizada por su fuerte impulso individual, pero cuyos referentes se alimentan de medios alternativos y consumos culturales paralelos a las industrias masivas y populares de entretenimiento, o de los medios convencionales. Estos agentes han forjado sus propias formas de consumo y participación mediante las redes, como indica Galindo y González (2013). Se consideran a sí mismos una generación precaria, pero ultraconectada e informada (Pleyers, 2014). Su exigencia de cambios democráticos no tan radicalizadas como en la segunda mitad del siglo XX se debe a que, por un lado, creen en la democracia y, por otro, dado su discurso económico liberal, ven con reservas el proyecto modernizador capitalista por la afectación que implica la acumulación material. La lógica de la economía liberal es cada vez más cuestionada porque la desigualdad que conlleva termina por inclinar las sociedades a la violencia, y porque su abuso de los recursos naturales es incompatible con los límites del planeta; de ahí que deba preguntarse también qué tipo de subjetividad y sociedad se construye con estas características (Pleyers, 2014).

Por ello, a pesar de su disposición a la institucionalización y la reforma, los actores sociales de segundo orden global promueven una cultura de vigilancia de las instituciones y, al mismo tiempo, se saben vigilados. Son generaciones

hiperestimuladas cognitivamente, sumamente informadas y, por lo tanto, su postura con respecto al cambio social es mucho más prudente y modesta en cuanto a alcance y aspiración; como están sobreinformados, son impasibles ante las formas de resistencia anterior y no hay en ellos la ingenuidad atribuible a la juventud de otras generaciones. Dada su cultura audiovisual, tienen fe en el poder de los medios y en la denuncia pública. **Hacen de la transparencia su *modus operandi* en su lucha por incidir en los procesos democratizantes. Asumen las consecuencias de vivir en tiempos hipermediáticos en todo el sentido de la palabra, pues confían en que la cobertura y publicación** de algún evento que pruebe la gobernabilidad, legalidad, la justicia, o la equidad tiene un poder para crear conciencia sobre democratización mucho más efectivo que la elección de gobernantes en las casillas. El medio es su gran aliado para la subjetivación no sólo personal, sino estructural. **La prueba pública que testifica un evento (véase la imagen 3) saca a relucir las expectativas,** el testimonio y la transformación de sentido según lo que, en este caso, el #YoSoy132 haya representado para cada usuario. Además, están conscientes de que esta actitud de “volverse el medio” sacrifica su propia privacidad.

Ser el medio significa escenificar cualquier evento con fines proselitistas y compartirlo de manera concisa, como si fuera un consumible mediático. El hacer mensajes audiovisuales *ex profeso* narrando acontecimientos para difundir la causa del #YoSoy132 es una de las características que más resaltan del movimiento. En la imagen 3 se muestra un evento organizado y pensado en ser difundido para reforzar vínculos con la comunidad artística, en este caso grupos viviendo fuera del país.



Imagen 3. Revolución pacífica. [jpnylonmag]. Julio 5, 2012. Flashmob #YoSoy132 Paris au Musée d'Art Moderne de la Ville de Paris, 24 juin 2012. Una característica de los usuarios con un imaginario simbólico global de segundo orden es su contagio político-emocional de luchas en pro de la democracia en otras partes del mundo. Su solidaridad radica en experimentar desde su individualidad los valores de democratización, su concientización de la causa y su difusión. Gracias a la empatía generada por los mensajes claros que promovió el #YoSoy132, su llamado fue apreciado como legítimo ante la comunidad mexicana fuera del país, contagiando así también a la comunidad internacional.

Propio del reforzamiento comunitario es el empleo de contenidos que se profesionalizan con el tiempo para difundirlos más allá de las fronteras locales. Al asumirse como red, los actores sociales tienen presencia en diferentes partes del mundo (véanse imágenes 2 y 3), por lo que ofrecen una mirada transnacional de solidaridad que promueve la autonomía cultural y personal, y son referentes de

otros activistas que igualmente buscan la emancipación de sus propias localidades.

De esa manera el movimiento ejemplifica a usuarios con un imaginario ciudadano global de segundo orden, pues sus integrantes promueven la cooperación internacional y la empatía con la mediatización. Entienden perfectamente la necesidad de publicar y transparentar sus vidas para crear formas democráticas desde su propio espacio digital y personal. De hecho, asumen los procesos comunicativos de las conversaciones en línea como modos naturales de experimentar la individuación. Buscan, precisamente, comparar sus vidas a las de otros usuarios igualmente dispuestos a transparentar sus consumos culturales y posturas políticas. El contraste con experiencias culturales de otras localidades genera criterios y puntos de referencia sobre los procesos democráticos que los usuarios experimentan en sus vidas y en su entorno. Esto mismo ocurrió con las células del #YoSoy132 en otros países o simpatizantes (como el caso de *Anonymous*, en la imagen 2, o el grupo de artistas en la imagen 3). Generaron una discusión abierta y en tiempo real sobre una realidad que compromete y corresponde a todos, a pesar de que las problemáticas son de orden local.

Los sujetos que observamos en el #YoSoy132 obedecen a una lógica procesual en red, y es ahí donde negocian dichos espacios representativos. Su premisa radica en exigir el cumplimiento de una oferta política transparente, y su compromiso es únicamente con lo público. Influidos por los movimientos por la dignidad de otros países, sus demandas basadas en derechos tienen un carácter urgente de denuncia pública dada la difusión inmediata de contenidos que

permiten los dispositivos. Esta intensificación del presente busca, evidentemente, generar conciencia y provocar cambios sustanciales en la procuración democrática. La posibilidad de comparar formas democráticas paralelas en otros países reivindica más aún esta presión mediático-tecnológica en la construcción de opinión.

Vemos en esta subjetividad el ejercicio de la denuncia que pretende no necesariamente el descrédito como finalidad, sino una garantía de objetividad mediante la exposición de una pluralidad de voces de una sociedad civil que opina en línea, testificando sus necesidades subjetivas y de democratización. Acusada de ser pasiva, la sociedad civil tiene ahora la capacidad de publicar las fallas democráticas de la práctica institucional, la cual siempre está a prueba. Los procesos emancipadores civiles buscan restituir la democracia ante la falta de reconocimiento de las fallas que el Estado mexicano y el entramado político institucional tiene con sus ciudadanos. Las conversaciones se vuelven el recordatorio mediático de los pendientes político-culturales.

La vigilancia de los usuarios simpatizantes del #YoSoy132 no sólo obedece a esta ola de periodismo participativo como fuentes espontáneas que cubren eventos. Su testimonio ofrece una imagen de “inmediatez, autenticidad y proximidad”, cuyo punto de vista subjetivo borra la distinción entre el creador de la imagen (que probablemente vivió el acontecimiento, documentándolo mientras tomaba parte en él) y el espectador. De ahí que se considere una imagen performativa y reveladora de la idiosincrasia personal y que sea empática.

Pero más allá de esta esfera íntima y reveladora de quien toma fotografías o crea contenidos para compartir, estas prácticas revelan una disposición consciente

a ser testigo y a buscar a las grandes audiencias como receptoras y productoras de testimonios. Las grandes audiencias tiene ahora la característica de dar testimonio mediatizado de aquello que se desarrolla en pantalla (Mortensen, 2011) y, más aún, de producir sus propios contenidos al respecto (como vimos en el caso de la imagen 3, también promueven acontecimientos). Es decir, tienen un papel central en el complejo entramado de lo que entendemos por realidad, tecnología y comunicación (Mortensen, 2011). El saberse observado necesariamente incide en el cambio que los productores de medios denuncian; más aún cuando ser testigo se entiende hoy como un acto relacional, donde el testigo no existe separado de sus especificidades contextuales. Dicho de otra manera, el sujeto, al producir un medio, se funde con el ecosistema, con su persona y con el evento mismo. Esta es otra característica del actor global.

Cuando se utilizan testimonios que emergen de contextos de resistencia o violencia, las identidades colectivas suelen verse sujetas a situaciones de represión. Esto fue lo que sucedió a los integrantes del #YoSoy132, sobre todo en el tercer momento analizado. Conforme cambió el escenario, ellos fueron dando prioridad a la denuncia en sus acciones en línea. Esta práctica, junto con las convocatorias masivas, asemeja el campo de acción del movimiento a una forma de ciudadanía de corte popular, interesada en salvaguardar su integridad, evidenciar los abusos y reivindicar su lucha como digna y contraria al sistema (véase imagen 4).

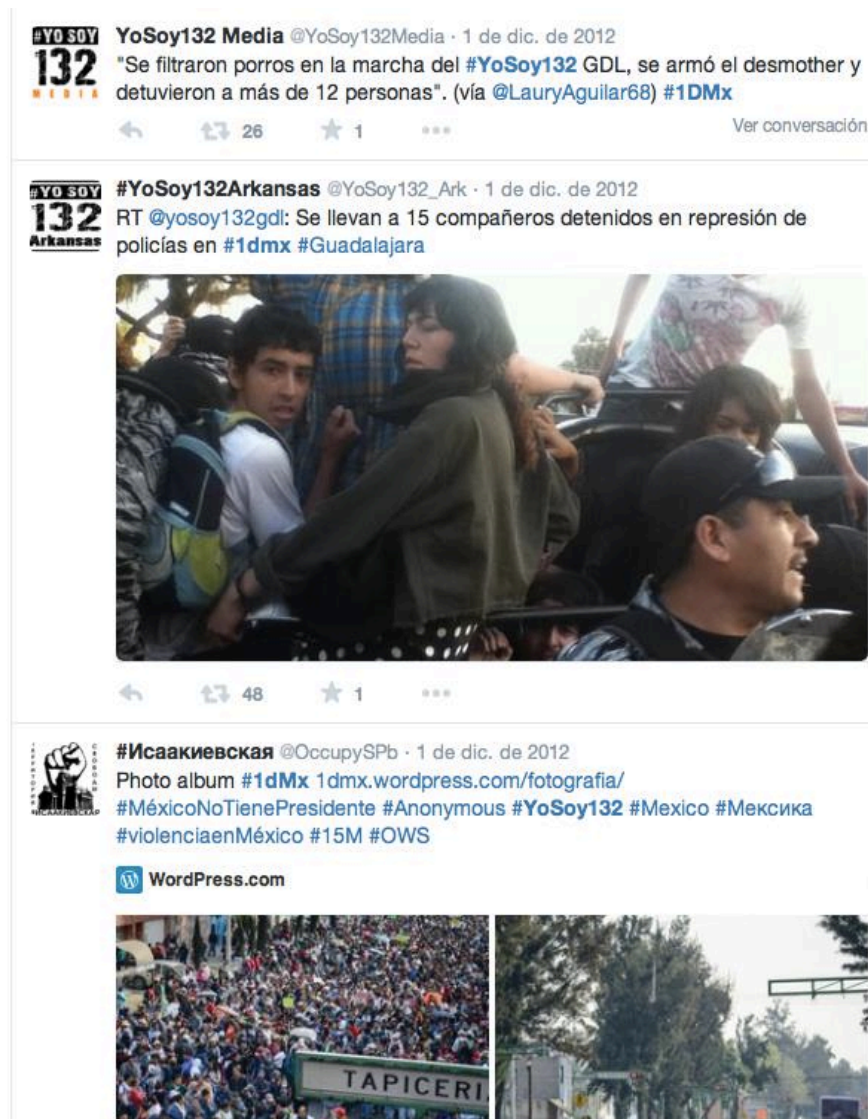


Imagen 4. #YoSoy132 Media. Diciembre 1, 2012. Haciendo una cobertura de 360 grados, durante la narración transmedia del #1DMx, muchos testimonios se abocaron a denunciar. El nuevo escenario de represión planteaba nuevos esquemas de acción y de significación de la lucha. En este caso, se observa la intención de documentar las acciones represivas y de apoyo para evidenciar una vieja realidad: la criminalización de la protesta.

Como se puede observar, las conversaciones destacan la represión empleada contra los manifestantes pertenecientes al #YoSoy132. Al corte de esta investigación, los simpatizantes del movimiento estudiado se habían encargado de

documentar y exhibir las prácticas violentas en su contra, asimilando diversas fuentes, para presentar rutas hipermediáticas que constataran una nueva realidad subjetiva, la criminalización. De tal suerte que las acciones emprendidas dan luz a un tipo de imaginario simbólico distinto. Si bien documentar una represión es la acción lógica en momentos de violencia, al paso del tiempo, el parámetro de acción del #YoSoy132 se abocó más y más a esta forma de participación, evidenciando un declive de la iniciativa personal que tanto caracterizó al movimiento en su inicio. Por lo tanto, la denuncia y la señalización del Estado como represor se volvieron la sustancia de su nuevo discurso, algo semejante a lo ocurrido en los años setenta y ochenta, periodo caracterizado como popular dentro de un contexto autoritario, según el esquema de representación de la acción cívica planteado por López (1998).

5) El empleo del testimonio mediatizado y performativo. La profesionalización de contenidos

Evidentemente el #YoSoy132 es un movimiento sumamente mediatizado y personalizado. De hecho, su singularidad se expresa precisamente en el empleo testimonial de las conversaciones, algo que comparte con otros movimientos por la dignidad en otros países. Los testimonios poseen una autoridad moral sobre los contenidos de medios masivos porque son “auténticos, cercanos y transparentes”, características muypreciados entre la ciudadanía, en contraste con la opacidad institucional y política que suele atribuirse a los medios masivos. Por ello, el empleo performativo del testimonio es clave para entender al movimiento mexicano como una subjetividad correspondiente al esquema global de segundo

orden, basado en gran medida en el uso aficionado, participativo y profesionalizante de contenidos audiovisuales visto también en Estados Unidos (Occupy Wall Street), en España (15M), en los países del norte de África y Medio Oriente (Primavera Árabe), o en los movimientos estudiantiles de Québec y Chile, Turquía, Brasil, entre otros.

Sin embargo, el aspecto más individualizante no es la personalización de las convenciones audiovisuales, sino el tratamiento performativo del testimonio. Como bien indica Becker (2011), la cercanía de la imagen testimonial –que aporta el valor de la emoción y el realismo– tiene una cualidad de reivindicación del sujeto, pues retrata al usuario que *penetra a la noticia*. Su intención es incidir e incluso provocar un valor noticioso. De eso se tratan Twitter y los medios sociales: de crear acontecimientos, de fomentar deseos compartidos para que acaben en un evento. La publicación y la publicidad parecieran ser los nuevos estándares de confiabilidad; el inicio de este discurso es la autopromoción con agenda incorporada. Por lo tanto, el sujeto se coloca de manera deliberada en el centro mediático como productor noticioso y como noticia misma. Además, el creador de imágenes privadas vueltas públicas se entiende como un sujeto que no puede desligar a su propia persona de su trabajo audiovisual, el cual, una vez distribuido en línea, se volverá omnipresente.

En estos tiempos, un testimonio performativo es la forma más profesionalizada de producir empatía. Un testimonio no sólo provee información, sino vigilancia. En el apartado correspondiente al Análisis y discusión (capítulo VII) se verá cómo durante el segundo y el tercer momento de la línea de tiempo, los contenidos de las conversaciones fueron constantemente reapropiados, fabricados

y producidos con la intención de proveer sentido, pero sin sacrificar la personificación, parte importantísima para mantener el vínculo emocional. La producción de empatía obedece a esta conciencia dramática de la que habla Rifkin (2010), donde el fenómeno del vínculo emocional se origina en la identificación de la demanda planteada por el “otro” mediático.

Pero, ¿qué pasa cuando se busca dar testimonio de algo sin contar con el documento probatorio? Ser testigo de algo implica ir más allá de la experiencia subjetiva y personal, o de volverse medio. En su acepción religiosa, ser testigo de algo es ser un mártir que testifica una verdad mediante el sufrimiento; en tiempos actuales, ser testigo de algo es desempeñarse en y mediante el medio (Frosh y Privenchviski, 2009).



Imagen 5. Leslie Malik [Lesliedaf92]. Octubre 4, 2014. Por si no lo recordabas (tuit ya no disponible). Ejemplo de un testimonio mediatizado. Las referencias inmateriales siempre han existido, pero cobran importancia en el mundo subjetivo cuando se trata de exponer evidencias.

Como hemos visto, la disposición a la mediatización performativa y personalizada es una característica propia del actor global de segundo orden. En el ejemplo de la imagen 5 podemos ver las implicaciones de un testimonio

mediatizado. Primeramente, la chica testifica su verdad en su perfil; su comunicado inicia: “Por si no lo recordabas”, seguido de una lista de luchas sociales que fueron reprimidas brutalmente y que en México son reconocidas como símbolos de impunidad e ingobernabilidad. A partir de su texto, ella se presenta como un testigo moralmente superior porque ofrece una verdad “valiente” sobre el bien común (Mortensen, 2011). Es decir, ofrece un contenido que testifica eventos mediatizados (Tlatelolco, “el Halconazo”, Acteal, Atenco, 1DMx, CNTE, Ayotzinapa) que ella asume como verdades y que decide equiparar como eventos semejantes entre sí. Al hacerlo, en realidad expone su identidad, sus emociones y su postura política respecto al evento.

En segundo término, al elegir esta forma de narración y este contenido textual en particular, ella promueve un uso de su verdad con miras a participar en la agenda noticiosa del momento. Busca ser incluida en el debate público mediante su alusión a eventos previos. Pero, ¿cómo fue su acercamiento a estos pasajes de la historia? ¿Cómo llega a la conclusión de que estos eventos son semejantes unos a otro? También debemos preguntarnos si ella los conoce por memorias y registros previos, o si los vivió. Podríamos suponer incluso, por su nombre de cuenta (@lesliedaf92) y la fotografía de su perfil, que estamos ante “ella”, es decir, que estamos ante la chica cuyo rostro vemos en la fotografía y que presumiblemente nació en 1992. La frase crítica al Estado al referirse a esos sucesos como indicios de la fallida práctica democrática que, a lo largo de los años, ha respondido con violencia a la lucha social, con desenlaces semejantes. De este modo ella participa efectivamente de las tendencias de conversación para crear conciencia social y lo hace con **la característica fundamental de las**

conversaciones en línea: su informalidad y su imposibilidad de ser verificadas. Son auténticas, reales, pero debido a su volatilidad es difícil comprobar su origen; de hecho, este tuit en particular ya no está disponible.

Finalmente, aunque no estamos ante una fuente periodística, sino ante una opinión, para formar parte de un discurso sí requiere de cierta verificación, rigor y responsabilidad. Irónicamente, es necesario que los medios masivos la retomen para que tenga validez, para que forme parte de la democratización de la cobertura mediática. Requiere –hecho más irónico aún– ser retomada por los medios mismos para alcanzar un impacto masivo. Su intención principal, que es mantener una conversación, está garantizada, pues las conversaciones en línea son latentes, nunca perecen. Sin embargo, insistimos, requieren de los medios masivos para tener mayor eco y validez.

Por lo tanto, este testimonio se ha construido virtualmente a partir de otras memorias y testimonios que ella ha vivido (testificado y conocido) tanto mediática como hipermediáticamente. Tal es su relación con la historia, mediante memorias y contenidos producidos. Podríamos aventurarnos a pensar que quizá su testimonio objetivo como participante de un evento sea respecto a alguno de los que alude al final: el #YoSoy132 o el de los estudiantes normalistas desaparecidos en Guerrero. Pero esto tampoco lo sabemos. Lo importante de su testimonio es promover la participación. En todo caso, las conversaciones en línea tienen sus propias estrategias de validez, como el humor, la creatividad o el juego. Estas herramientas son poderosas armas del ciudadano común y mediante la crítica mordaz refuerzan la estética de la informalidad en su contenido. Otras son, evidentemente, el dramatismo y aquellas de contenido más sensacionalista.

Por lo tanto, una observación respecto al tono informal de las conversaciones en línea es que aportan un sentido ambiguo a los comunicados. Dada la constante descontextualización de los contenidos –que son retomados y reapropiados en diversos momentos–, es difícil hacer una lectura clara de su intencionalidad; de esta manera quedan registros de opinión sobre los proyectos democráticos particulares que corresponden al imaginario de cada usuario. No es casualidad que en el segundo y el tercer momento del #YoSoy132 observemos una proliferación de contenidos de esta naturaleza, es decir, reapropiados y retrabajados con una intencionalidad que va cambiando en concordancia con el contexto.

Lo interesante aquí es que al ofrecer una realidad objetiva (por ejemplo, violencia y repliegue en la manifestación convocada por el #1DMx), se genera una realidad subjetiva que, si se comparte, se vuelve un imaginario (criminalización del activismo, (por ejemplo, mediante las tendencias #tantititacongruencia, #EPNNuncaSeráMiPresidente, #México, #Cuba, #LIBERTADPARALOS, #QuieroQueVenga, #CosasQueGritarEnElMetro, #ExigimosDemocracia, #MegaMarcha #megamarcha, #PatriaGrande, #Destacada, #EPNaLaCárcel, #SOSMexico, #CiudadaníaEnRebeldía, #Fraude2012). Esto produce una conciencia empática con experiencias semejantes; de esta manera las conversaciones en línea plantean una característica parecida a la del cine: crea experiencias compartidas validadas por el propio público.

Otro ejemplo de lo anterior se observa en el segundo momento, cuando, durante la jornada electoral, el #YoSoy132 fungió como un vigilante participativo y crítico con el proceso y la difusión (véase imagen 6). De hecho, mediante

entrevistas a sus simpatizantes transmitidas en los medios de comunicación tradicionales, el movimiento forjó un liderazgo de opinión, siendo citado por medios internacionales y nacionales. Su actuar se asemejó al de una ciudadanía cívica comprometida con garantizar unas elecciones limpias y equilibradas. Sin embargo, a partir de que el resultado electoral fue favorable a Enrique Peña Nieto, el movimiento se dedicó a registrar incidentes para cuestionar dicho triunfo, pasando así de una realidad objetiva (el retorno del PRI a Los Pinos) a una realidad subjetiva (englobada en el eslogan: “No a la imposición y a la manipulación informativa” bajo las tendencias #Fraude2012, #FRAUDE2012, entre otros).

Los distintos referentes de ciudadanía en el #YoSoy132, fueron el principal punto de desgaste, sobre todo a partir del segundo momento analizado. Durante el periodo poselectoral, las conversaciones se caracterizaron por la denuncia de las irregularidades del proceso electoral, como bien se observa en la imagen 6. Pero de ese momento en adelante fue cuando más emergieron diferentes proyectos, correspondientes a referentes imaginarios diversos. Los participantes del movimiento, ya organizados en asambleas, tuvieron grandes dificultades para generar consenso sin paralizarse.

 **Pulso Ciudadano** @PulsoCiudadano_ · 5 de jul. de 2012
Video-comunicado **#YoSoy132: elecciones** no fueron limpias, IFE debe transparentarlas: Entre cúmulos de irregulari... bit.ly/RIRtSE

 **Noticias SLP** @slpnoticias · 5 de jul. de 2012
#YoSoy132 exhibe en videos supuestas irregularidades de las **elecciones** « La grilla bit.ly/KWc8I9 CNN México fb.me/Bhlf4yyX

 **CNN México** @CNNMex · 5 de jul. de 2012
Integrantes de **#YoSoy132** "Anonymous no ha tenido contacto con nosotros" cnn.mx/e00046L

 **CNN México** @CNNMex · 5 de jul. de 2012
#YoSoy132 entregará 50 casos "paradigmáticos" de presuntas irregularidades en la elección al @IFEMexico y Fepade cnn.mx/e00046L

 **Daniel Gershenson** @alconsumidor · 5 de jul. de 2012
RT @NoticiasMVS: ENTÉRATE -- integrantes de **#YoSoy132** entregan documento al IFE j.mp/LztEnk

 **YoSoy132BCN** @Yosoy132BCN · 5 de jul. de 2012
Sombras e irregularidades en **elecciones** 'The Guardian' bit.ly/MJx6iN
#YoSoy132 **#VotoxVoto**

 **YoSoy132 Media** @YoSoy132Media · 4 de jul. de 2012
#YoSoy132, defensor de derechos humanos según Al noticias.univision.com/mexico/eleccio... vía @uninoticias

 **Alejandro cm** @alexcarbajal10 · 4 de jul. de 2012

Imagen 6. #YoSoy132 Media. Julio 4, 2012. Ante el cambio de contextos, emergen otros esquemas de acción. En el caso de las irregularidades detectadas durante la jornada electoral, durante el segundo momento del #YoSoy132, se documentaron y publicaron los incidentes para solicitar al órgano correspondiente la revisión del proceso. Meses después, ante el escenario de represión durante el #1DMx, nuevamente sus esfuerzos en línea se caracterizaron por la resistencia y la denuncia de violencia. En ambos casos, la documentación se basó en contenidos de incidentes semejantes para exponer la idea de la repetición de la historia. La divulgación prodemocrática y la negociación de sentido pasaron a segundo plano.

Los agentes sociales evolucionan al enfrentarse a nuevos escenarios. De esta manera, para transnacionalizar su causa, el #YoSoy132 convocó al ciudadano global, mediatizado y que trabaja en red. Pero esta convocatoria a una ciudadanía de segundo orden global se fue modificando. Si bien así inició la historia del #YoSoy132, con esta forma de subjetividad, posteriormente, mediante sus actos, convocó a agentes más tradicionales. Buscó abarcar una pluralidad discursiva y, para lograrlo, ofreció pruebas –testimonios– del estado democrático “objetivo” del país, para incidir en el sentir subjetivo. En el segundo y el tercer momento, el escenario cambió. Como vemos en la imagen 6, las conversaciones sirven para denunciar las irregularidades observadas durante la jornada electoral, así como para evidenciar la represión ocurrida en los meses posteriores y que culminan en el #1DMx. Estas acciones se fueron aproximando a formas subjetivas más tradicionales, semejantes a las de corte popular y cívico.

Ante la discordancia de discursos dentro de la comunidad del #YoSoy132, emerge la profesionalización de contenidos. La contextualización ocurrida a lo largo del segundo y el tercer momento no es producto de la nostalgia: es la búsqueda de incidir en el sentir comunitario a partir de la producción personal de los sujetos. Retrabajar imágenes, audios, textos y videos de los momentos más emblemáticos, acorde con el productor, tenía la intención de reforzar lazos comunitarios con base en compartir una idea (un esquema de representación en común). Como se observa, para el segundo y el tercer momento se refuerzan estas redes de solidaridad entre los activistas de corte más tradicional. En cambio, el componente ciudadano fue quedando relegado.

Debido a este complejo heredado de imaginarios simbólicos, en el

#YoSoy132 conviven diversas formas de entender la ciudadanía –que a finales de los noventa era extraterritorial, interclasista y motivada intrínsecamente (López, 1998)–, cuyos referentes nunca perecieron del todo. Además de esta forma distinta de “ciudadanía”, el espacio también era distinto. Como bien dice Valenzuela (s/f), el ciudadano actual está

desconectado con los ámbitos políticos tradicionales, como elecciones y partidos políticos, pero están conectados con la esfera pública, y lo están en parte gracias al uso que hacen de Facebook, YouTube y otras plataformas sociales. [...] El sentido del deber cívico es menor, optándose por la autorrealización de metas individuales. En vez de votar, los jóvenes han encontrado nuevas formas de expresión y protesta pública... (p.23)

Es decir, el nuevo escenario público son las redes sociales del espacio digital. Los simpatizantes del #YoSoy132 demuestran cómo asumen este espacio como una continuación del proceso ciudadano desde el cual se articula el proyecto democratizador que apenas una década atrás se hacía solamente en las calles o en la organización civil; a dicho proceso se suma, además, la sensibilidad individual y cultural que permeó desde los años noventa.

7) La subjetividad global de segundo orden como inclusiva con otras formas de subjetividad

Finalmente, tras identificar esta fluctuación de imaginarios simbólicos en la subjetividad cívica del México contemporáneo, se comparan los últimos dos

momentos del movimiento #YoSoy132 con el inicial para evidenciar que las acciones llevadas a cabo por los simpatizantes del movimiento en ese periodo exponen una forma de lucha que incluye a otros actores sociales o a luchas distintas. Las imágenes 7 y 8 son capturas de pantalla alusivas a una de las marchas que dan fe del carismático arranque del #YoSoy132. Pero, ¿cómo puede explicarse tanto apoyo por parte no sólo del sector estudiantil, sino también de amas de casa, niños, trabajadores, activistas?



Imagen 7. #YoSoy132 Media. Mayo 23, 2012. Al inicio del movimiento, las publicaciones de los simpatizantes se abocaron a la divulgación de sus causas y al contagio emocional. El primer momento se caracterizó por ofrecer esperanza y promover la participación pacífica y crítica.

Si en el #YoSoy132 coexistieron diversas tradiciones de participación, a menudo problemáticas entre sí (popular/masiva revolucionaria de izquierda vs. la cívica/individual que busca la reforma), ¿cómo pudieron convivir? ¿Qué nuevo imaginario incluyó los referentes de las anteriores? El 30 de mayo de 2012, a

escasas dos semanas de haber iniciado, el #YoSoy132 convocó a su primera asamblea en Ciudad Universitaria,⁶³ donde expuso, entre otras cosas, que

un pueblo que olvida su historia está condenado a repetirla. Es por eso que nosotros [...] hemos traído [...] la justificación histórica de este movimiento. El Estado ha contado ya su historia. El silencio nos quiere dotar de olvido. Ese silencio hoy lo rompemos para recuperar la historia. Nuestra historia, la historia de todos los mexicanos [...] No olvidamos los esfuerzos y las luchas de los movimientos obreros y campesinos, el magonismo, el villismo, el zapatismo, el movimiento ferrocarrilero y el movimiento médico. No olvidamos los movimientos trascendentes en nuestra historia, la expropiación petrolera, el vasconcelismo, la lucha por la autonomía universitaria, la insurrección social armada en los años 70. No olvidamos los procesos estudiantiles, la defensa de los albergues del Instituto Politécnico Nacional en el 58. Los movimientos estudiantiles en Tlatelolco en el 68 y el jueves de Corpus en el 71. No olvidamos tampoco la guerra sucia y sus desaparecidos, no olvidamos los presos políticos, las huelgas universitarias, del 86 y del 99 [...] Somos herederos de los fraudes electorales de 1988 y de 2006. De las crisis económicas del 82, del 96 y del 2008. Somos herederos del levantamiento armado del zapatismo, de la matanza en Acteal, de los impunes feminicidios en Ciudad Juárez, Chihuahua, y el Estado de México [...] Sí, somos herederos de la represión en Atenco y en Oaxaca en el 2006. Sí, compañeros, el movimiento #132 somos nosotros. Somos la demostración de la indignación y la rabia de los niños muertos en la Guardería ABC. Somos Wirikuta. Somos Cherán en Michoacán, somos Copala, somos los rarámuris muertos, somos la indignación ante la brutal fuerza del Estado. Somos la

⁶³ 1° Asamblea #YoSoy132, 2012.

indignación ante la guerra contra el narcotráfico y los más de 70 mil muertos. Toda esta historia somos nosotros... Toda esta historia, hoy la reivindicamos y la revivimos...

A decir de Pleyers (2013), los activistas de la era global poseen una subjetividad inclusiva y crítica respecto a aquello que apele a la justicia, la democracia y la reivindicación, sin importar su origen local. Asumen en sus agendas una postura mucho más íntima y, a la vez, global, es decir, inclusiva y trascendental. Buscan la transformación de subjetividades y de orientaciones normativas. Incluyen actores con referentes de luchas previas bajo un espectro más amplio, tomando en cuenta principios básicos de vigilancia hacia Estado y de solidaridad entre las diversas luchas. Sus referentes son la dignidad, la democracia y la justicia social: "Du Caire à New York, les indignés ont dénoncé le fait de « vivre dans un monde contrôlé par des forces incapables de donner la liberté et la dignité aux populations » (extracto del Manifiesto de mayo de *Occupy global*, 2012). (p.69).⁶⁴

Pleyers (2014) indica que estos valores son los que comparten las luchas globales. Inciden en una reflexión interactiva sobre lo que significa practicar la democracia bajo el supuesto de una sociedad de derecho que celebra la diversidad y se fundamenta en la solidaridad entre los actores sin el mando de un líder carismático. Para demostrarlo, el investigador enumera a continuación: en Occupy Wall Street se planteó la cuestión de la inequidad en el espacio público

⁶⁴ "Desde el Cairo hasta Nueva York, los indignados han denunciado el hecho de vivir en un mundo controlado por las fuerzas incapaces de proveer la libertad y dignidad a sus pueblos." Traducción propia.

estadounidense. En Egipto, los ciudadanos se indignaron por la crisis alimentaria que sufría la población. En España la indignación vino cuando la democracia no fue capaz de ofrecer alternativas, sino “más de lo mismo”. En Islandia, la crisis se dio cuando la élite económica del sector bancario, en complicidad con la cúpula política, buscaron venderle la deuda externa a sus nacionales. En Túnez, la familia Ben Ali controla las empresas más prósperas y emplea a su favor su poder político. En México, el #YoSoy132 denuncia la influencia de las dos principales televisoras, a cargo de las familias más ricas del país, que impulsan la candidatura presidencial de Peña Nieto.

Estos ejemplos, asegura Pleyers (2014), dan luz a nuevas maneras de concebir y practicar la emancipación, la ciudadanía, la democracia, la dignidad y la justicia en una era global. Mediante la denuncia mediatizada, los actores globales comparten sus procesos democráticos y se mantienen vigilantes a los acontecimientos. Pero más aún, mediante la promoción de acciones que ellos consideran formas de subjetivación responsables, justas y basadas en los derechos humanos, pretenden solidarizarse con causas comunes y así incidir en un mundo interdependiente y comprometido con la libertad de sus pueblos. Por era global se entiende un momento de “expansión de la modernización donde la idea de crecimiento está ligada a la idea de administrar un planeta finito. La era global tiene sentido como una configuración social donde la sociedad está siendo cambiada por la conciencia y la realidad de la interdependencia a escala humana”. (p.106).

El discurso más emblemático del #YoSoy132 al que hicimos mención anteriormente, obedece a un cambio de conciencia con respecto a la historia de

lucha. Es la postura existencial de una generación que tiene claro que los pendientes sociales no están resueltos y que la memoria es latente. La historia se construye todo el tiempo y estos chicos están más que listos para contribuir a ella. Esto no significa que la solidaridad era inexistente antes. Más bien, **ahora se tienen los mecanismos para personalizar, difundir y volver global un pendiente social y cultural, por muy local que sea, gracias a la mediatización.** Lo importante de este proceso tan trascendental es que la creación de contenidos difundidos está inmiscuida cada vez más en una visión que refleja el proyecto modernizador de inicios de siglo XXI, donde debe haber un equilibrio entre la acumulación material y el ecosistema, las libertades y la seguridad, los derechos y las obligaciones. Dicho en otras palabras, **el desarrollo de la convivencia social que propone la democracia es llevado a un plano hipermediático, pues finalmente se trata de garantizar una vida para todos íntegra que es reconocida por la comunidad internacional.**

Sin embargo, esta tarea se obstaculiza en la medida en la que el contexto inhibe la negociación de sentido cuando las condiciones a dicho diálogo se vuelven divergentes o represivas como hemos dicho.



Imagen 8. #YoSoy132 Media. Mayo 23, 2012. El primer periodo se caracteriza por la creación de contenidos con fines de divulgación. Posteriormente, estos mismos serán utilizados cuando el contexto cambie y se requiera darle un sentido más de denuncia al movimiento. El tuit de Enrique Vargas (@Urbanofago) ejemplifica el interés de los usuarios de la red en visibilizar lo que estaba ocurriendo con el #YoSoy132, en un periodo que se podría denominar empático y carismático.

Tal como se puede ver en las imágenes 7 y 8, las actitudes de los participantes en las conversaciones contrastan en la medida en que documentan y crean contenidos con fines participativos; así, por ejemplo, aquellos contenidos

creados en el segundo y el tercer momento buscan sobre todo denunciar, mientras que la fuerza del primer momento fue la carismática historia del #YoSoy132 y su gran iniciativa incluyente (véase imagen 9).



Imagen 9. #YoSoy132 Media. Mayo 11, 2012. El origen de todo: uno de los muchos videos que empezó a circular tras la visita de Peña Nieto a la Universidad Iberoamericana. En este entonces no existía aún el movimiento como tal y el video que documenta la tensa situación vivida en la Universidad fue utilizado tanto por detractores como por simpatizantes de Peña Nieto. En este caso, la cuenta que lo difunde (@exxpresate, a nombre de Ángel H. García) promueve la idea de que los estudiantes que lo abuchearon eran acarreados, palabras que para descalificar a los estudiantes retomarán Arturo Escobar Vega, político del Partido Verde Ecologista y los priístas Pedro Joaquín Coldwell y Emilio Gamboa Patrón, de la coalición “Compromiso por México”, que impulsó la candidatura de Peña Nieto.

En el siguiente capítulo se analizarán los tres momentos más importantes del

movimiento desde las implicaciones de conversar en un contexto web 2.0, desde la comunidad creada y desde la empatía generada entre los usuarios.

VII. Análisis y discusión: Triangulación Conceptual de comunicaciones digitales, comunidad y empatía

VII.1 Análisis del primer momento (11 de mayo- finales de junio): Peña acude a la Ibero. Nacimiento del #Yo Soy 132, momento empático-emocional, organización de tercer debate.

Las palabras clave para recuperar la primera división de esta línea de tiempo fueron: “Peña Nieto en la Ibero”. A partir de ella, los primeros tuits de aquel día provinieron de diversos medios de comunicación, así como de periodistas. “Un grupo de fanáticos de AMLO le harán un numerito”, publicó en su cuenta Ricardo Alemán (@RicardoAleman). A su vez, la estación de radio de la Universidad Iberoamericana, Ibero 90.9 (@Ibero909FM), invitó a sintonizar la transmisión de la conferencia de Enrique Peña Nieto.

La mayoría de los tuits dejan ver la expectativa generada por la visita de Peña, sobre todo porque el candidato priísta ya había cancelado anteriormente una participación en la Universidad Iberoamericana. Destaca un comunicado en particular de la comentarista Fernanda Tapia, con la tendencia #NOTENGOELEMENTOS.

Dar cuenta de las tendencias es importante en la medida que revelan

migraciones de opinión, robusteciendo, por un lado, diversas corrientes correlacionadas entre sí y, más importante aún, demostrando la masa crítica existente antes del evento. Es decir, la expectativa ante el arribo de Peña ya tenía antecedentes de opinión.⁶⁵ Otras tendencias de este periodo fueron: #LalberoconPeña, #Ibero, #PeñaNieto, #Destacadas, #7AñosParaTiConDesprecio, #DórigaAlServiciodeEPN, #DÓRIGAALSERVICIODEEPN, #MeEscondoEnElBañoComoEPN, #marchaantiepn, #DestacadasDelViernes, #AMLO, #LasMejoresFiestasTerminanEn, #PorsiteloPerdiste, #DulceMariaQuotes, #MisteriosSinResolver, #MéxicoNoTeQuiereEPN, #análisis, #medios, #Elecciones2012, #ClásicasDeAMLO, #DestacadasDelMartes, #TelevisaMiente, #TodosomosAristégui, #MéxicoCreceConEPN, #EmpateTécnico.

En el mismo periodo se buscaron también las palabras clave “más de 131 estudiantes”; el primero en hacer referencia al movimiento con ellas es uno publicado el 14 de mayo por la cuenta @PitufoFilosofo. Ese mismo día, la cuenta de la comentarista política Denise Dresser (@DeniseDresserG) menciona por primera vez el #YoSoy132 con el tuit: “Dame RT 131 Alumnos de la Ibero pero somos más los que sentimos igual, SUMATE #somosmasde131 yo soy el 132. Y tú, te sumas?” (sic). Siguiendo la línea de tiempo, el 5 de junio surge la cuenta @masde131 y el 15 de junio aparece @YoSoy132Media.

Las tendencias encontradas con estas palabras clave fueron:

⁶⁵ Según Toret (2012): “El método de migraciones entre etiquetas es utilizado para tratar de medir la influencia de usuarios de diferentes campañas pre-15M (tales como #nolesvotes) en varias campañas del 15M. La finalidad es contrastar la hipótesis según la cual una masa crítica constituida en las luchas de Internet tuvo una clara influencia en la gestación del sistema red.”

#MéxicosigueVivo, #somosmásde131, #131aplausos, #marchayosoy132, #MarchaYoSoy132, #MarchaAntiPeña, #iberoamericana, #redessociales, #noticias, #YoSoy132, #Festival132.

Es importante subrayar que el empleo de comunicados para hacer referencia a un acontecimiento funciona en dos sentidos. Con Twitter no sólo se narra un acontecimiento, sino que se promueve otro; además, tiene el potencial de volverse un “evento aumentado” (Toret, 2012).

Cuando la masa crítica de los primeros días del movimiento narró transmediáticamente las acciones de repudio hacia Peña, y luego publicó su defensa ante las acusaciones de “porros y acarreados”, lo hizo con una pretendida conciencia sistémica en red. Los muchachos sabían que se multiplicarían en diversas redes tanto el testimonio de repudio como su defensa, lo que aumentaría mediáticamente el acontecimiento. Ello tendría impacto no sólo en la vida de una universidad, sino también en la vida pública y política del país al convertirse en noticia periodística. Pasó del medio (convocatoria) al impacto de la realidad (marchas, alianzas con otros movimientos).

Al fomentar formas de participación espontáneas y autoorganizadas surgidas de la tecnopolítica –es decir, del empleo autónomo y político de sus redes de amigos/conocidos–, los simpatizantes del movimiento experimentaron subjetivamente la acción colectiva de 1) exponer al candidato; 2) demostrar su propia “autenticidad moral” como movimiento estudiantil y testificar así su defensa; 3) convocar a marchas, eventos y la primera asamblea; y 4) exponer mediante un manifiesto su carácter apartidista e incluyente.

Al triangular estas tendencias de opinión con respecto al marco conceptual,

se puede observar cómo los medios de comunicación, en la plataforma web 2.0, ofrecen una mirada personalizada del acontecimiento. Este empleo es evidente en Twitter, red abierta de contenidos que distribuye miradas individuales que antes hubiese sido imposible visibilizar.

Por ejemplo, cuando surgen los videos de Peña Nieto huyendo de la Universidad Iberoamericana, podemos ver cómo la audiencia voyerista disfruta despreocupadamente de un incidente que forma parte de la anécdota electoral. El evento es narrado por los propios estudiantes mediante tuits que luego son retuiteados por otros. Algunos se mofan de que Peña Nieto haya sido agredido en la universidad, mientras que otros le demuestran su apoyo. La mayoría expresa asombro y emoción, invitando a darle seguimiento al hecho. Lo cierto es que el incidente generó tal revuelo que se convirtió en uno de los temas más comentados en las redes. Vino entonces la descalificación por parte del equipo de campaña de Peña Nieto, al llamar “porros y acarreados” a los estudiantes. Fue entonces que los usuarios dejaron de ser espectadores que registraron la humillación y, en su defensa, decidieron emplear con intención política dicho registro. Representaron el incidente como un acontecimiento “auténtico” que sirvió para orientar la opinión e interpretación de las declaraciones del equipo priísta. Es decir, “desmediatizaron” la nota del incidente, volviéndolo íntimo y “ciudadano”, pues ellos mismos formaban ya parte del escrutinio público sobre tema.

Lo desmediatizaron en el sentido de que la narración transmedia retomada en los medios tradicionales fue mediatizada en los canales tradicionales y masivos (fue descontextualizada tanto en el Distrito Federal como en el plano nacional; de hecho, el encabezado de los periódicos de la Organización Editorial Mexicana,

propiedad de Vázquez Raña, rezaba igual: “Éxito de Peña en la Ibero pese a intento orquestado de boicot”⁶⁶) para luego ser nuevamente retomada y trabajada en las redes sociales, las cuales ciudadanizaron dicha narración. Con ello los medios tradicionales así como los políticos que denostaron a los estudiantes y el propio Peña quedaron exhibidos como manipuladores. Y, por el contrario, los contenidos circulantes hicieron ver a los estudiantes como democráticos y genuinos. Este poder entusiasmó no sólo a los usuarios de redes, sino a un gran número de personas inconformes con el escenario político de aquel momento.

En este punto se empieza a apreciar también la opinión pública con respecto a la hibridación de lenguajes y medios en nuevos géneros. Se experimentaron las noticias desde canales sociales que se volvieron campañas propias, combinando la política con el ocio, el entretenimiento con la información, el lenguaje periodístico con el lenguaje popular y la política. Se dio una relación entre el contenido y el “deber ciudadano” desde el rumor, el humor, la organización de eventos-fiestas y las convocatorias. Esto también fue importante para los usuarios que participaron en las conversaciones, porque su propia individualidad formaba parte de la tendencia. De este modo el sujeto refuerza lazos hedonistas al compartir su propio mundo, pues es su manera de trascender, mediante su yo-historial. Los usuarios se revelan públicamente en tendencia, adquiriendo peso en su empleo “performativo de testimonio” que pretende probar quién dice la verdad. Y al hacerlo, distribuyen su subjetividad con otras miles de subjetividades que hibridizan el ecosistema de la red.

⁶⁶ Vice, 2012.

Dicho en otras palabras, el contenedor del medio, junto con el mensaje y la impresión personalizada, son representaciones procesuales que se funden con el diseño de la subjetividad y con el sistema-red en sí. Con ello, se comprometió la existencia misma, por muy efímero que haya sido, de todos estos usuarios participantes, con la política, el ocio, la moda y el entretenimiento.

Como hemos visto en el capítulo V, correspondiente a la empatía, cuando los jóvenes se hibridaron con la nota informativa, produjeron experiencias hipermediáticas, resultado de la comunicación de 360 grados. Este empleo cada vez más generalizado donde el sujeto se une con la noticia informativa es interesante porque los contenidos circulantes del #YoSoy132, por su propio valor informativo, pasaron a ser parte de la industria mediática dominante, involucrando tanto a usuarios de redes sociales como a consumidores de medios más tradicionales.

El empleo testimonial performativo y otros híbridos multimedia rápidamente adquirieron una comunidad, es decir, fueron producciones adoptadas por otros grupos. Con esa apropiación de prácticas hipermediáticas inicia el proceso de conexiones en el que se comparte la organización y negociación de significados en un contexto de compromiso. Entonces inicia, en palabras de Wegner (2008), la comunidad. En esta negociación empática/cognitiva, las transformaciones sociales y personales de los “simpatizantes” experimentan una difusión proselitista de sus demandas. Esta expresión fue la más dominante en el segundo momento.

La comunidad del naciente #YoSoy132 se entendió entonces como un comportamiento en red, pues fue generando un proyecto en común. También propagó y difundió contenidos afines al movimiento, definiendo la construcción de

una representación del conflicto. Esta participación pronto se expandió, como lo ejemplifica la enorme diversidad de rutas hipertextuales que permitieron gestionar el acontecimiento desde la vigilancia, la crítica y la autoproclamación. Este primer momento suscitó una vasta cantidad información a la cual se puede acceder aún al cierre de este trabajo. El conflicto fue representado mediante una propagación empática y una selección de materiales que buscaban propiciar una lectura particular. A ello obedece el seguimiento de tendencias ya comentadas, como #MéxicosigueVivo, #somosmásde131, #131aplausos, #marchaysoy132, #MarchaYoSoy132, #MarchaAntiPeña, #iberoamericana, #redessociales, #noticias, #Yo Soy132, #Festival132, entre otros. Es decir, hubo un periodo muy breve de masa crítica de interacciones que engrosaban la tendencia sobre el movimiento para preparar las caracterizaciones de dicha masa. Habría que preguntar por qué tuvo sentido para tantos usuarios una expresión de rebelión de esta naturaleza.

Desde el inicio de la década de 2010 se viene demostrando en varias culturas la necesidad de protestar. Pleyers (2013) observa cómo la revista *Time* elige al “manifestante” como la personalidad del año en 2011. Sin duda, en fechas recientes la movilización mundial ha sido constante: entre otras, podemos mencionar las protestas en Grecia por los planes de austeridad impuestos por el Estado, la oleada de movimientos democráticos en el mundo árabe, los “indignados” en diversas ciudades europeas, y el movimiento Occupy Wall Street que a su vez influyó en las movilizaciones realizadas en otras ciudades estadounidenses y europeas. Todas estas experiencias muestran cómo desde 2011 existe un interés global en protestar tomando como base los valores

democratizantes, aunque sus peticiones no necesariamente sean las mismas. En 2012, cita Pleyers (2013), esta situación persistía hacia mayo, cuando surge el #Yo Soy 132 en México. En 2013 nuevamente se manifiestan los egipcios, ahora con una participación más numerosa que la de 2011; lo mismo ocurre en ciudades de países como Turquía, Brasil y Bulgaria.

Este contexto cultural muestra el interés de los actores sociales por trascender sus propias demandas para luego compartirlas con otros afines. Así pretenden señalar sensibilidades y valores en común, como el uso de tecnologías para conectar y difundir las formas prácticas y los valores de las revueltas en los planos nacional e internacional (Vasi y Chan, 2013, citado por Pleyers, 2013). También pueden compartir experiencias como la difícil inserción al mercado laboral o la ciudadanía reprimida (en los regímenes autoritarios), o el no ser escuchados en las democracias institucionales.

Estas generaciones sin futuro, prosigue Pleyers (2013), donde millones no pueden aspirar a un trabajo adecuado a sus estudios porque simplemente no hay dónde colocarlos, ha transformado las expectativas y las experiencias de vida. La subjetividad de la juventud se aleja de las clases medias y se vuelve precaria.

Esta misma situación afecta incluso a otras esferas de la población, como los jubilados y las capas inferiores de las clases medias. Hay que preguntarse qué significa esta sed de rebelión, o más bien, esta mediatización de la protesta. ¿Acaso la masa crítica coadyuva a clarificar o solucionar algo? En nuestro estudio de caso, las tendencias críticas en Twitter respecto a Peña Nieto ayudaron a formar el movimiento #YoSoy132.

Además de considerar estas tendencias de opinión como masa crítica, la

comunidad en red se dio a la tarea de significar estas caracterizaciones. No bastaba con exponer una postura personal con respecto a la humillación pública de Peña. Tampoco era suficiente la vigilancia. El trabajo en red que participó en el empleo de contenidos se encargó de profesionalizar y volver el incidente periódicamente valioso y políticamente pertinente, con lo cual terminó por devenir en un movimiento social.

Siguiendo nuestro marco conceptual, el hecho de que su comportamiento en red fuese expansivo queda demostrado al volverse tendencia en mayo de 2012. Sin embargo, esto no significa que su momento más popular fue cuando hubo más cohesión en red. De hecho, en realidad significa que su popularidad le permitió volverse tendencia y con ello logró convertirse en un actor social fugaz, inexistente hasta ese entonces en el escenario electoral. Pero si se busca entender al #YoSoy132 como una red por su capacidad de propagación, debe decirse que la comunidad se formó como tal posteriormente, en el segundo momento. Sucedió así porque solamente pasado el momento de tendencia se puede identificar realmente cuáles son los nodos-usuarios que le dan continuidad al movimiento, y que comprenden que el momento coyuntural de las elecciones (o cualquier otro contexto) no debe ser el único escenario para continuar con el conflicto visibilizado por el #YoSoy132. Es decir, como Wenger (2008) lo establece, una comunidad existe siempre y cuando se provea un contexto de compromiso mutuo y de significaciones compartidas. El compromiso persistió sobre todo durante la jornada electoral.

Los registros y testimonios ocurridos en las conversaciones pasan a ser una memoria social, al lado de otras luchas parecidas. Y son sus redes las que les

permitirán ejercitar el recurso testimonial de lucha para lograr un reconocimiento político llegado el momento de una negociación. Por lo tanto, este momento se entiende más como empático que como comunitario.

La empatía puede ser abordada como una necesidad de reflejo identificado en la lucha común. Como hemos dicho, los testimonios fueron un fuerte componente empático. Pero la empatía también puede generarse mediante actividades humanizantes y subjetivas: la experiencia estética que ofrecieron las acciones artísticas y recreativas que ocurrieron en los primeros días del #YoSoy132 fueron un gran elemento socializante y seductor. Estos actos festivos a menudo parecían experimentos artísticos, como los realizados en los años sesenta y setenta en Estados Unidos. La crítica, el humor, la diversión y el juego como prácticas tradicionalmente asociadas al ocio y al ámbito privado, fueron teniendo cada vez más cabida en el ámbito de los tiempos productivos. Esto es un signo de la experiencia contemporánea que configura nuestros tiempos en función de nuestra individualidad. Para los jóvenes, uno de los grandes atractivos del #YoSoy132, aunque no exclusivo de él, fue fungir como centro socializante, divertido y político a la vez.

Como se planteó en el marco conceptual, todos estos elementos son propios del discurso informal que procura la personalización. Observamos así que los movimientos sociales promueven el cambio social con miras a que las normativas sociales sean modificadas, al igual que las vanguardias artísticas. Ambas acciones son motivadas políticamente como procesos relacionales y de emancipación. Esto porque las artes y los procesos de democratización cuestionan los valores sociales y culturales que siempre se dan por sentados en

una sociedad.

Con respecto al papel que juega la imagen, observamos que la imagen multimedia es una proveedora de emociones que se caracteriza por simular fuentes analógicas y de convenciones comunicativas que se entrelazan híbridamente. Sin embargo, estas imágenes digitales tienen dos fuentes posibles: la profesional y la del aficionado.

Para finalizar el análisis del primer momento, damos cuenta del empleo de la imagen. Si recordamos, el realismo ilusorio es producto de un profesionalista de la imagen (en su representación resalta unas características, mientras esconde otras), pues imita fuentes analógicas y las hibridiza con las posibilidades formales actuales. El ejemplo más claro es la imagen profesional es la cuenta de perfil del #YoSoy132. En ella observamos representaciones de segundo o tercer orden (desconocemos el proceso de producción), pero identificamos al menos tres simulaciones: 1. la imitación de un formato artístico (póster); 2. la técnica (esténcil); y 3. la imitación de la superficie donde está el póster: la porosidad de una pared. A la vez, observamos una síntesis de formas y colores planos que remite, por ejemplo, a la estética de la animación y la industria de la imprenta.

En cambio, los contenidos generados por usuarios comunes a partir de sus grabaciones a menudo son creados de manera accidental y posteriormente son retrabajados con la intención de utilizarlos como testimonio de un acontecimiento en el que probablemente el propio usuario estuvo involucrado. De esta manera, para contextualizar el contenido testimonial y apoyar la narrativa y la construcción del mensaje, usualmente se trabaja mediante convenciones audiovisuales: sonorizaciones, animaciones, empleos de plano-secuencias y demás elementos

de la gramática audiovisual.

Ambos tipos de imágenes son usados como discursos visuales que remiten a la historia de la lucha –ya sea que aludan a ella por su formalismo (es decir, mediante la imitación) o por tratarse de un documento testimonial probatorio– y al proceso de vigilancia que permite el registro.

De esta manera, el primer momento del #YoSoy132 condensa en su imagen el valor expositivo del acontecimiento y los formalismos estéticos de un arte contestatario, acentuando con ello su voluntad de politización. Incluso suma talentos de profesionales de la imagen, como Artistas Aliados, que conocen los estilos asociados a las movilizaciones sociales para acentuar aún más esta intencionalidad.

A partir de este momento, el #YoSoy132 forma parte de un listado de imágenes icónicas que representan la figura del actor social en la era global, como también lo son el caracol maya y el pasamontañas del zapatismo, la etiqueta o hashtag (#), los lemas “Ya basta” y “Real Democracy Now” de los Indignados en España y el Occupy Wall Street en Estados Unidos, la máscara de “V” de *Venganza* y, en el mundo árabe, las imágenes de mártires, como Neda, cuya muerte fue registrada durante una manifestación reprimida en Irán, en 2009.

Este primer momento consiste en la presentación ubicua que construye el imaginario colectivo del #YoSoy132 por encima de la manipulación de los medios y de la figura del candidato presidencial del PRI –el partido que creó la tradición del presidencialismo– humillado ante un público masivo y participativo. Un público que cuenta, además, con las herramientas para entablar relaciones con su figura pública.

Si este primer momento se puede entender como el más empático de todos, podemos considerar que la subjetividad observada de los actores sociales del #YoSoy132 fue la iniciación al mundo político de manera personal y autodidacta para buscar experimentar en carne propia, los valores de la democracia. Al ser autores de contenidos de este proceso que quedó registrado en las redes sociales, estos jóvenes participaron de marcos de referencia alterglobales e íntimos y locales a la vez, que buscaron compartir en sus redes, aunque donde mayor impacto tuvo, fue sin duda en sus propias vidas al volverse medios, noticias y activistas simultáneamente. De esta manera, descubrieron su potencial político en línea mediante las herramientas diseñísticas.

***VII.2 Análisis del segundo momento (Junio-22 de octubre),
vigilancia de las elecciones y desarrollo de un plan de trabajo.
Profesionalización de contenidos. Momento comunitario***

Las tendencias que prepararon el terreno para el segundo momento del #YoSoy132 ocurrieron a finales de mayo y junio, a saber: #México2012, #elecciones, #EPN, #Yo Soy132, #MarchaYoSoy132, #SiYoFueraPresidente, #DebateYoSoy132.

De julio a agosto, las tendencias vinculadas al #YoSoy132 más importantes fueron: #México, #México2012, #penanieto, #Yo Soy132, #TIC, #EleccionesMéxico. Después de las elecciones, las tendencias más destacadas fueron #SentimientosDeLaNación o #NuevaConstitucion, #Fraude2012 (octubre 2012), o #NoALaReformaLaboral (septiembre 2012).

Las palabras clave para recuperar esta línea de tiempo fueron: “elecciones

México #YoSoy132". Los primeros tuits resultantes son del 23 de mayo, con la tendencia #MarchaYoSoy132 y #YoSoy132, y en ellos Noticias Terra (@NoticiasTerraMX) da cuenta de una galería de fotos sobre la marcha a la Estela de Luz convocada por los jóvenes. Otros medios que dan seguimiento a la tendencia #YoSoy132 son CNN en Español, TeleSUR TV, Google Noticias MX, 20minutes.es y Univisión Noticias. Es importante destacar esto porque, en contraste con el primer momento, el movimiento es ahora seguido por los comentaristas nacionales y por usuarios diversos (no todos mexicanos); en el periodo que inicia a finales de mayo y termina en julio, los medios periodísticos se interesan por el movimiento y le dan cobertura.

Otras cuentas que no estaban siguiendo las elecciones ni el #YoSoy132, pero que aparecen en esta segunda parte son consorcios de *marketing*, relaciones públicas y e-commerce, como Inst. Social Media, Emisor Digital y AdsSociales, o mercadólogos como Pablo Quiroga. Más tendencias en aquel momento son: #Marcha #YoSoy132, #cerco, #televisa, #Cercos, #Televisa, #México, #DebateYoSoy132, #elecciones, #MéxicoDecide, #Elecciones2012, #EPNaLaCárcel, #Noticias, #MovimientoSocial, #AMLOtraicionaalosjovenes, #ConfíoEnAMLO, #SOS132, #BajaCalifornia, #cuba, #Americalatina, #yo_soy_132, #yo_SI_voto, #elecciones_2012, #no-al-fraude, #tarimbaro, #michoacán, #México, #DemocraciaReal, #notodoesfutbol, #MéxicoDecide, #Anonymous, #EPNaLaCárcel, #JóvenesPorMexico. #DeYoSoy132Aprendí

Como se puede observar, la mayoría de estas tendencias no narran acontecimientos, sino que promueven eventos o deseos que no necesariamente terminaron concretándose en la realidad. Sobresalen, sin embargo, algunos que

sí: #DebateYoSoy132, #Marcha #YoSoy132, #Cerco/cerco, #Televisa/televisa. Destaca, además, que las tendencias en este momento son menos numerosas que en la primera división del movimiento. Esto podría explicarse porque los contenidos creados en ese lapso provenían más de fuentes profesionales y/o de líderes de opinión que de usuarios en sí, quienes, aunque estuvieron presentes en las conversaciones, a la hora de construir la memoria sus tuits no quedaron entre los más destacados, es decir, aquellos que fueron retuiteados numerosamente, volviéndose referente. De esta manera, los contenidos no informativos dejaron de tener vigencia. Esto indica que el empleo profesionalizante de las producciones fue selectivo con respecto a las fuentes porque había un interés por ofrecer un contexto de por medio.

Como ya se ha comentado también, en este segundo momento, el #YoSoy132 vive su periodo comunitario más fuerte. De hecho, lo que se explicaba en el marco conceptual correspondiente al capítulo de comunicación digital, sobre cómo el diseño permite fundir al ser humano con el ambiente, podría ejemplificarse aquí: durante los momentos de mayor compromiso, –por ejemplo, cuando los usuarios participaron en tendencias/convocatorias/eventos– logra hacer de sus redes genuinos transmisores de flujos informativos y de organizaciones presenciales y digitales, logrando así la exitosa consolidación de todas las actividades de este periodo. Esto se explica a nivel experiencial y tecnopolítico. Es experiencial en el sentido de que estos chicos se volvieron activistas, asumieron un rol activo en el que integraron su voluntad, inteligencia y subjetividad diseñada, comprometiendo su privacidad con la causa de la vigilancia y con su participación en el #YoSoy132. Hibridaron su persona con

comportamientos aprendidos, encarnaron actitudes y demandas gracias a otros actores sociales que tenían más experiencia en el activismo; con ello modificaron su contexto inmediato, disponiéndolo emocional y políticamente para la conexión de ideas y organizaciones. Esta autoorganización con conciencia tecnopolítica contagió a sus redes de contacto y modificó las condiciones de su entorno. Por lo tanto, influyó en su comunidad inmediata para convertirla en un espacio de cambio.

Esto inaugura el segundo momento importante del #YoSoy132, al proveer un esquema de contextualización suscitado por la profesionalización mediática de los simpatizantes. El segundo momento se caracteriza por una participación cuya clara y estratégica intención es debatir y “emocionar” el clima electoral. El segundo momento del #YoSoy132 recibe la jornada electoral con una conciencia política evidente en todos los comunicados de finales de mayo, de junio y aquellos inmediatamente previos y posteriores al 1 de julio.

Se entienden las redes no sólo como generadoras de contenidos con ciertos niveles de propagación, sino como formas autoorganizativas de solidaridad y compromiso, que confrontan las versiones institucionales de hechos pasados, mediante la construcción de memoria y el reconocimiento de un conflicto existente. El #YoSoy132 es una comunidad porque en su práctica sintetizó la acción colectiva de dignidad en un momento de manipulación mediática, y lo hizo desde dos frentes: desde el empleo testimonial performativo (aportando una narración privada, vuelta pública) y desde la vinculación con otros movimientos y actores sociales que lo reivindican como tal. Esa práctica por la dignidad define, junto con otras, su sentir comunitario y su comportamiento genuinamente en red, porque

pasó a formar parte de una organización colectiva de lucha semejante. Las redes son, entonces, reflejos de realidades cercanas, que reúnen no sólo intenciones de democratización y participación por causas afines, sino también a usuarios con perfiles o intenciones semejantes, atendiendo así no sólo necesidades políticas, sino afectivas y de entretenimiento.

Al igual que en el primer momento, la experiencia visual en las conversaciones proviene de dos fuentes. Sin embargo, en este segundo momento, ambas se tornan mucho más cuidadas. La profesionalización de contenidos se enfoca en la producción de sentido de imágenes que marcaron el origen del movimiento, con el propósito de orientar y recordar en sus memorias su razón de ser. Al retomar los contenidos expuestos en el primer momento, e insertarlos en un contexto electoral, la imagen del segundo momento adquirió un valor noticioso, mientras que en el primero había alcanzado un valor más simbólico de vigilancia.

Paralelamente a las producciones verificadas (el movimiento ya contaba con su cuenta oficial), los contenidos más subjetivos –cuya línea editorial dependía de cada usuario– fueron quedando relegados cuando no eran reciclados o retomados por medios y cuentas en Twitter que gozaban de autoridad, como la propia cuenta del movimiento, algunos voceros y medios independientes o masivos. Esto ocurrió porque la audiencia captada en un primer momento ahora estaba vigilando al movimiento en su lucha por lograr incidencia en las elecciones. Este reciclaje adaptado con contenidos ya existentes buscaba reforzar el apoyo que ya tenía el movimiento: un público que constaba de redes solidarias, ONG y prosumidores para quienes la acción del #YoSoy132 era digna, genuina, vigente y merecedora de darle seguimiento.

Por otra parte, el acceso a audiencias más vastas, carentes de los medios para seguir la experiencia del movimiento en red, se limitó a la cobertura que siguieron recibiendo de espacios informativos masivos, como el de Carmen Aristegui en MVS Radio, o en Radio Ibero 90.9. La comunicación de 360 grados volverá a ponerse en práctica con el llamado #1DMx, que es el tercer y último corte temporal de esta investigación.

En el primer momento, el #YoSoy132 adquirió notoriedad por su capacidad de vigilancia y empleo tecnopolítico. Para el segundo momento, era ya un tema de actualidad, habiéndose convertido en un actor social en las elecciones y en la vía por la democratización del México contemporáneo. Era actual y pertinente no solamente por la coyuntura electoral, sino porque ofrecía formas nuevas de presentar y crear híbridos noticiosos desde las prácticas del ciudadano-periodista tecnopolitizado. El #YoSoy132 se convirtió en una fuente informativa valiosa que emergía de la opinión pública, es decir de la realidad misma, y sobre la marcha ponía en práctica su quehacer político-informativo. De hecho, cuando ocurrió el escándalo de Manuel Cossío Ramos, el joven interesado en comprar el nombre del movimiento –y quien luego, desencantado del mismo, lo acusó de no ser apartidista, sino un brazo ideológico del candidato de las izquierdas, Andrés Manuel López Obrador–, fueron los propios medios los que “destaparon” que se trataba de un infiltrado, un funcionario del Centro de Investigación y Seguridad Nacional (Cisen).⁶⁷ Esto demuestra que el #YoSoy132 ya poseía valor informativo para las propias agencias informativas y, por lo tanto, tenía un valor intrínsecamente político en la agenda nacional.

⁶⁷ Véase el artículo en Villamil, 2013.

Esto deja claro que el movimiento ejercía la democracia internamente, lo que en ocasiones le resultó caro.⁶⁸ A la vez queda al descubierto una tendencia de proselitismo en la que entretenimiento y *marketing* van de la mano para lograr un impacto político.⁶⁹ El #YoSoy132 ofreció un modelo de participación y entretenimiento mediático-democrático cultural inexistente hasta ese entonces. Los usuarios visibilizaron el potencial de las prácticas diseñísticas contemporáneas para hacer proselitismo desde una ciudadanía consciente del poder de los medios sociales, el entretenimiento y la política mediatizada.

Evidentemente, dichas prácticas mediáticas de representación y acción no eran nuevas. Los movimientos altermundialistas de los últimos años ya habían ejemplificado estas formas de organización, logrando un gran impacto como observadores de los procesos sociales en pro de la democracia. Sin embargo, este ejercicio nunca se había visto aplicado a un contexto nacional.

Pese a contar con gran arraigo en la red (sobre todo mediante las células en otros estados o países), la empatía como búsqueda de un ámbito en común se debilitó. Lo que inició como una historia capaz de seducir a muchos por su

⁶⁸ Otro ejemplo de su horizontalidad y de su capacidad para dar cabida a todo tipo de voces es el caso de Antonio Attolini y otros simpatizantes del #YoSoy132 que posteriormente pasaron a ser conductores de un programa de Televisa. Esto afectó negativamente la imagen del movimiento.

⁶⁹ Van Zoonen (2005) asegura que una forma de popularización de la política (*politainment*) es el empleo de códigos culturales e imaginarios populares para informar a los ciudadanos sobre sus obligaciones y derechos. Un ejemplo es la famosa máscara estilizada de Guy Hawkes del cómic anarquista y la película homónima "V" de Vendetta o "V" de Victoria, como se conoce en español. Esta máscara empezó a popularizarse con los activistas y *hackers* de Anonymous (conocidos principalmente por provocar para entretener; su actitud juguetona y crítica pronto fue apropiada, junto con el uso de la máscara, por gente ajena al movimiento), quienes incitaron a formar parte de las protestas sociales en diversas partes del mundo: en Estados Unidos contra la Cientología el 10 de febrero de 2008; en Túnez durante la Primavera Árabe en enero de 2011; en el Movimiento de los Indignados y en el 15M, en España, en mayo de 2011; en Londres en octubre de 2011; en Roma, contra Berlusconi (No Berlusconi Day), el 5 de diciembre de 2011, logrando convocar a un millón de personas. Para finales de 2012, el #YoSoy132 se suma a esta tendencia de ser fuente informativa de *politainment*.

cercanía con el receptor, no tardó en fragmentarse, desgastando el movimiento sobre todo una vez pasadas las elecciones.

En las conversaciones se puede apreciar con claridad que conforme se aproxima la fecha de las elecciones, los usuarios intensifican sus posturas y con ello dejan de lado el diálogo que caracterizó al movimiento en sus inicios. De hecho, para el segundo y el tercer momento, que veremos más adelante, la cuenta oficial del #YoSoy132 emitía convocatorias pero rara vez comentaba o intercambiaba puntos de vista con otros. Esto podría entenderse como la politización e institucionalización de la cuenta misma; los contenidos pasaron a ser medios-convocatorias al dedicarse exclusivamente a informar desde su agenda, dejando al margen la interacción con sus miembros.

Ello no quiere decir que hubo censura en el movimiento; lo que hubo fue una evolución orientada por el medio y la coyuntura electoral. Es decir, se le dio mayor peso a la convocatoria que a la línea editorial personal que los usuarios-simpatizantes que habían tenido en un inicio. Con ello se perdió el importante y valioso elemento de personalización que ofrecen las conversaciones en línea: el humor, la creatividad, reportear noticias y acontecimientos. En cambio, se buscó explotar rutas informativas menos “distractoras” y más duras con el objetivo: elecciones limpias, derechos humanos, libertad de expresión, democratización de medios, entre otros. Es evidente que su línea ya no es improvisada, sino que busca ser más confiable y clara, más periodística. Sin duda, esto tiene que ver con el compromiso adquirido durante su breve periodo de vida.

El movimiento empezó a cuidar su forma de conversación –tal como lo haría un personaje público– y también la divulgación de contenidos multimedia.

Inicialmente –antes de crearse la cuenta como tal– se ofrecía un enorme abanico de imágenes, experiencias multisensoriales, estéticas, testimonios y contenidos que, a través de las tendencias #YoSoy132 o #somosmasde131, presumiblemente buscaban asociarse el movimiento con diversos propósitos. Sin embargo, para el segundo momento fue difícil que esto volviera a ocurrir. En nombre del movimiento y con su imagen, se gestionaron rutas y contenidos transmedia previamente visitados y verificados que a la cuenta le interesaba transmitir. De ahí que en ese momento muchos contenidos multimedia fueran profesionalizados, producidos expresamente o retrabajados a partir de su versión original. Muchos simplemente desaparecieron.

De esta manera, solamente se volvieron a ver contenidos generados por los usuarios al narrar testimonios performativos, como la asistencia a eventos, las irregularidades en las elecciones o las marchas en las que hubo represión. Por lo general, la producción de la experiencia visual para este segundo momento se enfocó en la repetición de recursos ya existentes y en la simulación e hibridación de convenciones comunicativas periodísticas que buscaron orientar a los usuarios.

Tuvo un empleo profesionalizante por encima del testimonial.

Pese a estas intenciones, durante el análisis de este periodo fue cuando más videos, vínculos y contenidos fueron removidos de la red. Quizás por ello también se buscó capitalizar los contenidos circulantes en módulos informativos más sólidos e institucionales. Las fuentes diversas no sólo desaparecieron, llevando consigo la posibilidad de recuperar el ejercicio de memoria de las elecciones, sino también la posibilidad de resignificar y reconstruir la legitimidad del movimiento. La legitimidad es un elemento que el #YoSoy132 buscaba

garantizar ahora que se había ganado la confianza de muchos, curándose (por así decirlo) de ser percibido como un agente disfrazado de izquierdista.

De esta forma, la resignificación del segundo momento es mucho más oscura que la del inicio. Primero, porque las voces tan plurales que habían caracterizado al movimiento perdieron presencia al ser canalizadas desde una cuenta oficial, y en su lugar se colocó a agentes de cambio más tradicionales: periodistas, ONG, activistas, entre otros. Esto llevó a apreciar la subjetividad del movimiento desde una identidad ambigua, pues el actual no se parecía al comportamiento inicial.

Además, el espacio que se había ganado en las conversaciones pasó de tener un carácter ciudadano a uno de denuncia política. Si bien esto no debilitó sus redes genuinamente comprometidas (al contrario, las volvió más densas y concentradas), lo cierto es que perdió empatía con usuarios menos involucrados en la escena cultural y política. Perder esta representatividad terminó por desgastar internamente al movimiento. A esto se sumó el hecho de que el discurso y los actos se radicalizaran, dando entrada a un periodo de depuración social y ausentismo hipermediático durante el cual se dejó de lado el ámbito cultural que había resultado tan innovador para la esfera político-informativa y subjetiva de los usuarios-votantes. Todo ello contribuyó a que el movimiento se estancara justo cuando su principal causa fue derribada por la realidad al triunfar el PRI en las elecciones presidenciales.

Por lo tanto, mientras que las acciones del primer momento nos confirman una subjetividad cívica que descubre el poder creativo y de transformación mediante el empleo del diseño en línea, en el segundo momento, se tiene una

subjetividad más consciente del poder de los medios sociales, los medios masivos, el entretenimiento y la política mediatizada, por lo que sus contenidos y producciones compartidas pretenden incidir en la historia nacional mediante la creación de memorias. Esto lo hace para impactar y reforzar la comunidad creada y para legitimar su lucha.

VII.3 Análisis del tercer momento (#1DMx) Protesta por la toma de posesión, criminalización y Repliegue del #Yo Soy 132

Tomando como palabras clave: “#Yo Soy 132”, las tendencias más recurrentes son #Yo, #Yo Soy 132, #Yo Soy132, #Marcha132, #GranMarcha132. A partir de esta búsqueda se dejan ver mensajes con contenidos subjetivos y mucho más radicalizados, en un ambiente notoriamente tenso por la coyuntura poselectoral. Entre las cuentas que seguían el movimiento podía ver una verdadera interacción transmediática que proponía contenidos emocionales y a menudo desinformativos: tanto atacan como defienden al movimiento, ligándolo a la izquierda, evidenciando la actitud violenta o no democrática de algunos de sus integrantes. De este modo, el #YoSoy132 siguió siendo percibido como un agente de opinión pública.

Por su parte, con base en su organización en asambleas, la cuenta oficial del movimiento se dedicó a difundir comunicados internos, sin descuidar su presencia “externa”. Por ejemplo, unos días antes de las elecciones, en la cuenta de @asamblea132 se dice: “Nos vemos mañana a las 18:00 en Tlatelolco #GranMarcha 132. Por una democracia auténtica, #Yo Soy 132”.

El movimiento mantiene la actitud de denuncia de las irregularidades observadas en la jornada electoral: #Noticias, #MéxicoDecide, #Elecciones2012,

#Oaxaca, #AMLONoRespetaElVoto, #tantititacongruencia, #AMLO, #EPNNuncaSeráMiPresidente, #México, #Cuba, #LIBERTADPARALOS, #QuieroQueVenga, #CosasQueGritarEnElMetro, #MegaMarcha, #ExigimosDemocracia, #PatriaGrande, #megamarcha, #Destacada, #EPNaLaCárcel, #SOSMéxico, #CiudadaníaEnRebeldía, #Fraude2012, #132INMORTAL, #Ebrard, #OccupyMexico, #AntiEPN, #15M, #Cercotelevisa, #OcupaTelevisa, #Noticias, #TodosTenemosUnAmigo.

Entre los acontecimientos que afectaron negativamente la reputación del #Yo Soy 132 está la intervención de casetas de peaje en varios estados a finales de agosto, o ciertas tomas simbólicas de edificios en septiembre, así como el reclutamiento de Antonio Attolini y otros miembros del movimiento por Televisa, a finales de octubre. Estos hechos tuvieron cobertura nacional, por lo que se volvieron “aumentados”, constituyendo así los primeros golpes periodísticos contra el #YoSoy132.

Por su parte, la cuenta oficial no registró tuits destacados en el periodo poselectoral, apareciendo el primero hasta el 4 de octubre. Esto se debe quizá a que los comunicados tenían un carácter de comunicación o coordinación interna, con poca relevancia pública y, por lo tanto, escasa interacción. Otras tendencias para el último trimestre de 2012 fueron: #SiEstasConAMLOSiguemeYTeSigo, #MéxicoEnTresPalabras, #Yo Soy132 #NuevosUsernamesParaLadyGaga, #DestacadosHoy, #NuevosCronistas, #AnaToñoKikeDóndeEstán, #3PalabrasDolorosas, #MÉXICO, #Televisa, #MorelosNoticias, #ReformaLaboral, #1DMx. #Veracruz, #Puebla, #Entérate, #MéxicoNoTienePresidente, #Gabinete, #MexicoNOTienepresidente, #PeñaNietoNoESMiPresidente, #OcupaSanLazaro,

#1D, #UnCondonQueDiga, #GDL, #mexiconotienepresidente, #Envivo, #Foto, #AsumePeña, #SanLazaro, #MexicohasNOpresident, #ÚLTIMA, #SLP, #Yo Soy132, #FOTOGALERIA, #AMLONoSecuestresMéxico, #FueronLosPorrosDeEPN, #1dmx, #FILGDL, #PRI, #YoSoyUnPincheVandalo.

Desde una semana previa al 1 de diciembre de 2012 se sabía del bloqueo en torno al Palacio Legislativo, en San Lázaro, implementado para evitar incidentes durante la toma de protesta de Peña Nieto. Desde las primeras horas de aquella mañana simpatizantes del #YoSoy132 (conocidos como “contingentes”) documentaron el despliegue policiaco. En la madrugada de ese día, los convocados se sumaron a otros movimientos diversos y la represión sufrida más tarde fue narrada por los medios tradicionales más que por las redes sociales.⁷⁰ Por su parte, el #YoSoy132 denunció la existencia de grupos de choque infiltrados y buscó deslindarse de la violencia.

Respecto a esta pretendida criminalización de la protesta social, las tendencias fueron: #1DMx, #PresidentePeñaNieto, #YoSoy132, #Yo, #Destacadas, #PeñaDelincuenteNoEresMiPresidente, #FueronLosPorrosDeEPN, #ElColorDeLaSangreJamásSeOlvida, #Mexiconotienepresidente, #YoSoy132, #presospoliticoslibertad, #Arranque2012, #RedGeneración, #DF, #YoNoFui, #NoalaReformaLaboral.

En medio de estas conversaciones, en este tercer momento se aprecia una tendencia homogeneizadora en la información que la cuenta oficial ofrece a la opinión pública. Valiéndose de las memorias pasadas, la participación se enfoca en revisar la lectura transmedia de acontecimientos que narraron la

⁷⁰ Chávez, 2012.

ciudadanización de causas adscritas al movimiento, como las irregularidades detectadas en la jornada electoral o la reforma laboral, así como la represión sufrida por jóvenes el 1 de diciembre de 2012.

Los objetos que circulan en este periodo se caracterizan por ser políticamente comprometidos, pero los híbridos mediáticos ya no son apropiados de manera tan libre como al inicio; ahora se da “línea” mediante rutas de opinión difundidas por la propia cuenta oficial. Es evidente que el contexto influye en el comportamiento del movimiento, cuyo nuevo eje de acción es la denuncia. Tal como se vio en el marco conceptual correspondiente a las comunidades virtuales, las comunidades son dinámicas y adquieren sus sentidos a partir de la contingencia, que en este caso se volvió poco favorable al movimiento.

En términos de representación, el #YoSoy132 tenía muy claro que para finales de 2012 enarbolaba la bandera de una ciudadanía en un contexto digital y presencial. Mientras narraban en tiempo real las detenciones y abusos cometidos tanto por la policía como por grupos de choque aquel 1 de diciembre, muchos de los participantes pudieron experimentar, quizá por vez primera, la repetición histórica de la criminalización de los movimientos sociales. Al visibilizar, mediante la mediatización de las imágenes y otros contenidos circulantes, los abusos que forman parte del imaginario social mexicano del activismo terminaron por reforzar a este último.

Por eso en el tercer corte temporal de este estudio, el #YoSoy132 trascendió como un movimiento que se diferenciaba de luchas sociales previas, pues sus particularidades (mediatización del testimonio performativo, profesionalización de contenidos, la personalización de la lucha social mediante el

diseño) lo asemejaban más a movimientos de carácter alterglobal; sin embargo, su desenlace fue igual al de las demás movilizaciones democratizadoras en México.

Respecto a la noción comunitaria que creó el #YoSoy132, deben destacarse el reforzamiento y la radicalización de sus aliados y sus discursos. La vinculación obedece ya no a la empatía, sino al compromiso con usuarios y redes que son tradicionalmente luchadores sociales. De este modo, el movimiento dejó de pertenecer a una vasta mayoría de ciudadanos para volverse una práctica para los profesionales del activismo a nivel nacional e internacional.

Lo que sí conservó el movimiento fue su carácter incluyente. Después del #1DMx, los simpatizantes dieron seguimiento a las conexiones relevantes con algunos sectores de mayor tradición de lucha. A pesar de su paulatina pérdida de voz ciudadana, la politización en red mantuvo diversas demandas ciudadanas. De esa manera el movimiento compartió bases con otros discursos que también buscaban la democratización. Muchas de estas demandas tenían una gran dimensión volitiva, pero eran convocatorias y emociones, más que narraciones de acontecimientos.

La vinculación con multitudes ajenas a la realidad mexicana, pero que perseguían la innovación social mediante el proceso de democratización, fue posible gracias a estas redes que se fortalecieron con la incorporación de luchas previas o movimientos semejantes, ya sea locales o alterglobales. Por ejemplo, los simpatizantes de los Indignados en España llegaron a equiparar su lucha con la del #YoSoy132, la de Occupy Wall Street en Nueva York y la de los activistas

mediáticos de la Primavera Árabe.⁷¹ Miembros del movimiento estudiantil de Québec⁷² tuvieron como referencia al #YoSoy132 y al movimiento estudiantil chileno, algunos de ellos incluso participaron en ambos. En sus comunicados, siempre buscaron evidenciar la necesidad común de una democracia y una ciudadanía exigente. Para reforzar su solidaridad y sus causas en común, al demostrar sus puntos de vista se referenciaban entre sí.

De hecho, los usuarios y activistas pertenecientes a los movimientos democratizantes aportan testimonios de que la lucha social de las juventudes atraviesa por problemas comunes. Gracias a su capacidad de ver y comparar las experiencias de vida de los otros, las redes ponen esto de manifiesto en cada publicación. Al ser éste un sentir compartido, el individuo cuestiona constantemente su propia existencia y su experimentación de vida como un sujeto con derechos, aspiraciones, obligaciones. Cuestiona a un sistema que debiese ofrecer condiciones democráticas para su pleno desarrollo, pero que no lo hace.

Sin embargo, el gran dilema que subsiste es: ¿cómo podrá una comunidad permanecer vigente y cómo se adaptará a los cambios emergentes en las prácticas políticas y culturales de la actualidad? ¿Cómo pueden superar el ámbito anecdótico y, efectivamente, incidir en la historia? Hoy en día, la comunidad en red del #YoSoy132 y de las demás luchas alterglobales busca crear un espacio de reconocimiento que vaya más allá de la transformación personal y la experiencia compartida del momento comunitario lúdico-político-cultural. Una manera de hacerlo es crear confianza para darle legitimidad a su lucha, la cual se entiende

⁷¹ #YoSoy132, 15M, 99%, Occupy, Arab Spring, 2012.

⁷² Conversación con un miembro de dicho movimiento.

como un proceso gradual de elementos de evaluación para significar y orientar a los actores. La legitimidad podría dar reconocimiento cultural al ejercicio político de esta iniciativa. Pero dicha legitimidad debe venir del ámbito social, es decir, de los propios actores sociales que son los ciudadanos.

A este respecto, la red como un contexto dinámico y pertinente, forjador de tendencias y acontecimientos, puso de relieve el empleo cada vez más generalizado de testificar un acontecimiento mediante la exposición pública o hacer denuncias. Como ya se ha dicho, el segundo y el tercer momento del #YoSoy132 se caracterizan por la profesionalización de contenidos alusivos al movimiento para cubrir así necesidades informativas, de orientación y de legitimación ante la opinión pública frente a escenarios menos favorecedores que el inicial.

Sin embargo, estas mismas publicaciones expusieron a su vez los procesos de desgaste por los que atravesaba el movimiento. La falta de organización interna que impidió garantizar una ruta clara para dar continuidad al esfuerzo capitalizado en ese momento quedó evidenciada en las denuncias de la represión, como puede constatarse en la gran mayoría de los historiales de ese momento. También se puede leer entre líneas la falta de confianza en las autoridades, asumiéndose por vez primera como víctimas del “sistema”. Precisamente para incidir en la emoción, los usuarios no sólo muestran gráficamente el acto, sino que en la edición lo acompañan de imágenes de represión con carga histórica, como se puede ver en las siguientes tendencias: #PeñaDelincuenteNoEresMiPresidente, #FueronLosPorrosDeEPN, #ElColorDeLaSangreJamásSeOlvida, #Mexiconotienepresidente, #YoSoy132, #presospoliticolibertad, las cuales

agrupan imágenes y textos que aluden a la violencia del Estado en tiempos de crisis y en momentos de vulnerabilidad.

De esta manera las conversaciones de finales de 2012 construyen una memoria del movimiento en función de otras luchas que fueron objeto de represión. La imagen testimonial del aficionado retrabajada en torno a la violencia se ve reforzada por la imagen del profesional que recrea digitalmente híbridos mediáticos de segundo o tercer orden para clarificar el mensaje y contextualizar la imagen confusa del aficionado. Gracias a este proceso mediático dinámico, los contenidos visuales que apelan al imaginario de la lucha social y que provocan una intensificación emocional mediante la ilusión digital y la simulación de estilos, produce un discurso visual de la dignidad. Una gramática audiovisual *amateur* unida con la profesional, semejante a la de los activistas de la Primavera Árabe y a los testimonios de algunos activistas del 15M.

Eso permite familiarizar al usuario con los referentes visuales, una especie de pastiche de imágenes históricamente desordenadas que vuelven a relucir en épocas de crisis. Como hemos enfatizado, estas imágenes son un recordatorio de los pendientes sociales, que gracias a su contexto sociohistórico, aparece en los espacios lúdicos como de trabajo, volviéndose tendencia. Quizás más importante aún es que estos referentes visuales conviven con luchas de otras naciones, buscando evidenciar sus semejanzas por encima de las diferencias locales. La experiencia mediatizada de conocer historias culturales de lucha de manera paralela a la local lleva a los usuarios a compartir una realidad subjetiva de repudio hacia la violencia y un reconocimiento empático de las causas dignas que tienen en común.

Todas estas imágenes que acompañan a las conversaciones hacen alusión al problema cultural de la democratización y emancipación a nivel global, enfatizando la cooperación entre redes y el reflejo de empatía. Además, reivindican la fortaleza de una audiencia atomizada y masiva, es decir, la ciudadanía, a la que demandan que luche por sus derechos. La invitan a perder su privacidad en línea (una identidad de por sí difusa, pero conectada e interactiva) a cambio de ganar espacios que le permitan transformarse creativa y socialmente. Como hemos expuesto en el marco contextual, las imágenes cuestionan necesariamente la postura existencial respecto a estos tiempos de dinamismo cultural. Esta exigencia termina finalmente en la vigilancia mediatizada; testimonios producidos ex profeso para incidir en los procesos democráticos.

Esta reflexión es necesaria a la hora de definir el contexto de participación de la comunidad tuitera. Twitter es una red cuyos usuarios están dispuestos a ser consumidos como si se tratara de una marca, mediante la promoción y el proselitismo individual. Además, su participación ubicua podría resultar contraproducente a su llamada de concientización, porque podría cuestionar su nivel de compromiso.

Aunado a lo anterior, se debe resaltar que la comunidad de usuarios de redes en México tiene la particularidad de estar sobrerrepresentada, pues quienes tienen acceso a celulares de banda ancha son por lo general las poblaciones urbanas de altos ingresos, jóvenes y con un nivel alto de educación (Gandlgruber, Ricaurte, 2013).

Es importante comentar también el trasfondo clasista que connota llamar “porro y acarreado” a un estudiante. Si bien el impropio fue dirigido a alumnos de

la Universidad Iberoamericana, estos términos suelen relacionarse más bien con estudiantes de escuelas públicas con una intención de denigrarlos, buscando evidenciar su susceptibilidad moral al soborno, como si ello pudiera justificar el uso de la violencia. Ser porro o acarreado atenta contra la integridad de cualquier sujeto pues lo instrumentaliza, volviéndolo una masa anónima, pobre y sin voluntad propia, manipulada con fines diversos, usualmente políticos. Ser un acarreado o porro significa formar parte de grupos de choque y lucrar con su miseria. Los porros o infiltrados suelen participar en estrategias de control político dentro de las escuelas públicas, por lo que dañan la figura del estudiante y, por extensión, de las instituciones de educación pública media superior y superior.

Si el origen de la indignación fue un comentario clasista, debe ponerse bajo la luz una de las realidades más características de la sociedad mexicana. Las diferencias sociales que existen en México no son ninguna novedad. Al evidenciar cuán sensible es la comunidad estudiantil de la Universidad Iberoamericana respecto a comentarios discriminatorios sobre clase, se mostró también el nivel discursivo político y que no está habituado a la crítica. Además puso en evidencia cuán invisibilizadas están la violencia y la discriminación en el lenguaje coloquial empleado por la clase dominante con respecto a los ciudadanos. Ello demuestra también lo alejada que está la política de la compleja realidad social y la arrogancia con que se conduce el poder.

La cuestión de clase es relevante no sólo porque fue una acusación del estrato dominante a la clase que menos costo social tiene, sino porque fue la segunda vez que el tema surgía en la opinión pública de la esfera priísta. Las tendencias en Twitter y en las redes sociales que recriminaron a Peña Nieto por su

incapacidad de decir qué literatura le era significativa o cuál era el precio de algunos artículos de la canasta básica evidencian la molestia que suscita el que pese a su posición política sea un hombre “inculto” e insensible a la realidad económica de millones de mexicanos. A juicio de muchos, por esta razón no merecería ganar. El tuit que publicó su hija meses antes es otro ejemplo de ello.⁷³ Esta masa crítica es un reflejo de lo más aborrecible para el mexicano común: sus prejuicios, su empleo cantinflesco del lenguaje, su falta de preparación y el hecho de que, a pesar de todo ello, logró colarse a las elecciones y ganar. Sin embargo, también se le quiere denostar como un ignorante clasista, no muy distinto de la gente común.

Esta vulnerabilidad, esta desnudez de un candidato presidencial hubiera sido imposible años antes. Ahora, sin embargo, los medios digitales se encargaron de ventilar, gracias a su poder de vigilancia, no sólo los deslices públicos, sino los prejuicios existentes en la clase dirigente, demostrando prácticas culturales que poco tienen que ver con un genuino plan político.

De esta manera, mientras los medios de comunicación trataron de arropar al candidato, las imágenes y contenidos de aficionados buscaron exponerlo. Las imágenes de los usuarios no profesionales se cargaron de un significado cultural: aportaron transparencia, cercanía, exclusividad y veracidad a un discurso visual e informal-informativo que pretendía contrarrestar el discurso oficial. Esto lo hace mediante la memoria dinámica y nunca precedera producida por los nacientes

⁷³ Los tuits que reprodujo Paulina Peña, hija del entonces candidato, así como las demás tendencias, entre las cuales destacan “Todos somos Atenco”, #LibreríaPeñaNieto, #TuiteoComoHijaDePeñaNieto, #ForeverProle, #NoSoyLaSeñoraDeLaCasa, que serán usados posteriormente como campañas de masa crítica, impactando negativamente la opinión sobre el candidato priísta.

medios sociales. En efecto, la predicción de Benjamin (2003) sobre la copia del original que podía dar a las masas la capacidad de creatividad –porque los prepararía para ejercitar su propia noción de lo que es arte y, por lo tanto, de ejercer una crítica (Rodríguez, 2013)– es hoy en día una realidad.

En este sentido, el diseño se puede entender como una práctica democrática, pues promueve la acción más libre que promete la transformación del sujeto, es decir, la creatividad. En el ámbito de las telecomunicaciones, conversar es una forma accesible de edición y de personalización en cualquier dispositivo móvil. Impacta tanto procesos democráticos como luchas por la libertad a nivel colectivo. Por otro lado, permite la autoconsagración personalizada al buscar la libertad en los ámbitos privado y público.

Si los poderes fácticos (por ejemplo, las industrias del entretenimiento o los medios) influyen en las actitudes de los usuarios, más lo hacen cuando el Estado, como en el caso de México, atiende cada vez menos las garantías mínimas para la ciudadanía, como aportar seguridad, respetar los derechos, impartir justicia, dar empleo digno. El diseño cumple entonces una parte importante de la subjetivación; en primera, la mediatiza; en segunda, potencia la personalización. Dicha personalización a menudo tiene como referente a las industrias del entretenimiento o las artes, cuya finalidad siempre ha sido la creatividad y la emancipación social. Hoy, sin embargo, los dispositivos conjuntan ambas posibilidades subjetivas: la creatividad y el entretenimiento, con la política y el deber ciudadano.

Reiteramos: la unión que encontramos en las conversaciones en línea entre la cultura audiovisual y las historias de emancipación es fruto de un proceso

eminentemente moderno: la crisis de representación. Efectivamente, el papel de la mediatización es una herencia cultural de la ruptura de representación y del papel del arte durante el siglo XX. Ya lo decía Acha (1988) al indicar que la masificación fue el contexto del consumo y la producción artística, donde el diseño se encargó de la estandarización y estetización de las personas. De hecho, tal como indicaba Benjamin en la primera mitad del siglo XX, las masas estaban indispuestas a seguir siendo masas anónimas (Echevarría, 2003) que confluían sin un sentido más honorable a su existencia que el ser parte de un sistema normativo de consumo estandarizado. La evolución de la obra de arte en ese contexto moderno significa trasladar el poder de significación al sujeto que la observa, y restarle significado al valor ritualístico creado. Es decir, al contemplar una obra artística en un contexto masivo, existe la posibilidad de que cada uno de los receptores ejercite su autonomía y creatividad, en detrimento, como bien lo indica el propio Benjamin, del valor mágico y excepcional que una obra de arte merecía ofrecer al privilegiado que la mirase (Echevarría, 2003). Como se ha visto, los movimientos sociales pretenden igualmente cambiar las normativas de una sociedad. Ello no significa que las prácticas artísticas o las movilizaciones sociales sean liberadoras en sí mismas, sino que mediante la representación visual y plástica, se tiene un lugar en la historia de la transformación de conciencias desde la creación personal.

Finalmente, recordemos que las artes y las revueltas culturales fueron formas críticas alternativas de pensar no sólo al mundo, sino al ser humano. Durante todo el siglo XX –cuando emerge la cultura de masas– hubo intentos de pensar la modernidad de manera distinta: desde el ocio, desde las audiencias,

desde el lector. Por ejemplo, las vanguardias de finales del siglo XIX e inicios del XX, e incluso las revueltas sociales y culturales de los años cincuenta y sesenta estuvieron todas motivadas políticamente, impulsadas con fuerza por el actor social común y corriente (“el pueblo”, el sindicalista, el trabajador, el estudiante, el ciudadano, el artista comprometido socialmente). Sin embargo, al ser vinculadas al ocio, a la recreación y al entretenimiento que ofrecen las industrias culturales, su capacidad crítica se neutralizó. Se volvieron un bien consumible: una moda, un formalismo, una tendencia, un producto, *souvenir* de un estilo de vida, inserto entre los pasatiempos, gustos o intereses de la persona.

¿Acaso se puede pensar que la integración de lo público y lo privado, del ocio y del tiempo productivo puede superar la absorción de los esfuerzos de innovación social que se gestaron previamente y que terminaron siendo bienes de las industrias culturales, es decir, actividades del ocio y no propiamente actividades de transformación genuina? ¿Se puede pensar más allá de leyes, hábitos, modas, gustos, estilos y formalismos en lo que los movimientos sociales e intelectuales acabaron por convertirse?

En el ámbito digital, lo privado es público, por lo que los intereses personales podrían volverse un interés colectivo. El ocio, tiempo muerto relegado a la improductividad, en realidad debiera verse como un espacio de construcción fundamental para la participación existencial y sociocultural. El espacio digital que tan bien logra rescatar la individualidad y la personalización es quizá el nuevo escenario donde convergen los testimonios en primera persona de luchadores sociales que, gracias a la creciente cultura de vigilancia global, compartirán no sólo sus ideales, su intimidad y emociones, sino también pasarán a ser parte de

una cultura participativa enfocada a movilizar ideas innovadoras integradas no sólo al espacio recreativo, sino, simultáneamente, al espacio productivo, ya sea a nivel presencial, como a nivel virtual.

La democratización de las artes, así como la proliferación de las industrias de la cultura y del entretenimiento, significó una paulatina hibridación de los discursos culturales, que han ido diluyendo su componente “artístico” y se han popularizado entre los sujetos, dándoles un margen de acción creativa cada vez más acentuada, tal como lo visualizó Benjamin hace más de 70 años.

Así las cosas, en los tiempos digitales actuales, el diseño que inició como vínculo natural de la experiencia estándar, ha sido sustituido no sólo por la adaptación al usuario, sino por la reivindicación de su persona. Pero esta experiencia del sujeto nunca ha abandonado su ser en comunidad, como hemos visto en nuestro estudio de caso. Por el contrario, su proceso de individuación se hace de la mano con los procesos de autonomía social y de reivindicación local. De otro modo, la noción tan importante de trascendencia no tendría razón de ser.

Si bien las masas estaban indispuestas a seguir siéndolo desde la primera mitad del siglo XX, la mediatización de las interacciones en las redes es el ejemplo más claro de cómo las audiencias se han ido perfilando a ser “conocidas” mediante sus autocomunicados. Pero esta mediatización, derivada de la mirada estandarizada de los medios masivos, se hibridiza con la sensibilidad empática. El testimonio performativo mediatizado es fruto de esta comprensión trascendental: Cuando los simpatizantes del #YoSoy132 mediatizaron sus testimonios, lo hicieron para distribuir su persona en red y, a la vez, para no disociarla de lo informativamente valioso: un acontecimiento derivado de la iniciativa personal, en

el cual el sujeto participa como productor de noticias y donde cada profesionalización de contenidos contextualiza memorias digitales para incidir en la lectura de la historia.

Para finalizar, en la tabla 3 sintetizamos los comportamientos de los medios masivos y los medios democráticos en torno al #YoSoy132. Ahí observamos las acciones del movimiento originario de la Universidad Iberoamericana distribuidas en esquemas de representación de acuerdo con los tipos de subjetividad cívica a los que se asemejan.

Tabla 3. Comportamientos de los medios masivos y de los medios democráticos en la figura del #YoSoy132 con respecto a la subjetividad cívica correspondiente a las acciones encontradas en el corte temporal. Elaboración propia.

Corte 1 (11 de mayo- finales de junio): Momento empático	Corte 2 (1° de julio- finales de octubre) Momento comunitario	Corte 3 (octubre- #1DMx) Momento de denuncia
Medios masivos tradicionales -Alianza con el PRI -Manipuladores mediáticos	Medios masivos tradicionales -Cobertura del movimiento -Hibridación con contenidos de los medios sociales	Medios masivos tradicionales -Criminalización del movimiento. -Incorporación a sus filas de simpatizantes del #YoSoy132
Movimiento #Yo Soy 132 -Actor social empático por ser genuino y democrático -Signo de esperanza por su carácter apartidista, pacifista e incluyente. -Síntesis de acción colectiva de dignidad en momento de manipulación mediática gracias a testimonios y vigilancia -Modos participativos con figuras “públicas intocables”	Movimiento #Yo Soy 132 -Intensificación comunitaria (promoción del voto y de varios frentes y luchas previas, hermandad con otros movimientos locales/globales) -Adquiere valor informativo, político y cultural -Denuncia por las irregularidades en las elecciones -Gestión de reputación y empleo profesionalizante de sus contenidos	Movimiento #Yo Soy 132 -Victimización por la protesta durante la toma de posesión -Repliegue -Desgaste interno -Pérdida de presencia cívica -Posiciones de activismo tradicional o más radical -Reconstrucción de memorias reforzando el imaginario social de que en México se condena el activismo
Tipo de subjetividad Global de segundo orden	Tipo de subjetividad Cívica y global de segundo orden	Tipo de subjetividad Popular y global de segundo orden

Conclusiones

A la pregunta general de investigación, ¿cómo se da la subjetivación de usuarios en las conversaciones en línea?, podemos afirmar que, en primer lugar, la subjetivación tiene lugar mediante la creación de opinión y la posibilidad de presentarla a partir de híbridos mediáticos, ya que se observó que los sujetos pueden negociar sentidos y significados de una temática de interés, con lo que ejercitan tanto su creatividad como su crítica cognitiva. Segundo, al actuar en línea, los sujetos construyen una identidad –con la cual vigilan y son vigilados– que es revelada a través de sus historiales y sus consumos mediáticos. Tercero, los sujetos hacen uso de alternancias cognitivas con fuentes personales y esquemas alternativos que enriquecen la comunicación y que aportan al ecosistema de su red. La presencia de mayores ofertas informativas no sólo incrementa la calidad de los contenidos sino promueve una conciencia de derechos. Cuarto, los medios creados por los usuarios pasan a ser la representación de sí mismos, por lo que con el artificio de las tecnologías de comunicaciones se convierten ellos mismos en modelos de experimentación de la subjetividad. Dicha subjetividad diseñada se distribuye en el ecosistema y se encuentra permanentemente interconectada y lista para la interacción. El hecho de estar en línea también permite al usuario asumirse en la “otredad”, en su yo-público, empleando convenciones mediáticas. Finalmente, la subjetivación de los usuarios también se observa en un mismo espacio cuando se mezclan los tiempos de ocio con los productivos, al manifestar una agenda privada y pública. Todas

estas prácticas inciden en la puesta en práctica de la libertad de los sujetos.

La subjetivación es el ejercicio de experimentación personal sobre lo que es la libertad. Se acentúa tradicionalmente con el consumo de las industrias culturales y de entretenimiento. En particular, la práctica del diseño y la comunicación como transformación personal y de acción promueve una oportunidad para la liberación. Desde luego, no necesariamente nos referimos al empleo profesional, sino al uso que cualquiera pueda darle, con miras recreativas, a su perfil, a la creación de contenidos y a su actividad en red. Al formar parte del espacio personal donde se integran las esferas creativas, de transformación y de recuperación propia, con la generación de proyectos comunitarios político-culturales como lo fue el #YoSoy132, se configuran nuevas alternativas para el ocio del individuo: se utiliza para recuperarse de las horas laborales y para ejercer sus otros intereses. Por otra parte, también puede utilizarse para posicionarse a nivel global y adquirir conciencia social y cultural de su momento histórico.

Las industrias recreativas lo saben. Mediante consolas, videojuegos, computadoras, *tablets*, dispositivos móviles, celulares inteligentes, entre otros recursos, impulsan constantemente el consumo priorizando la experiencia del yo en todo lugar y momento. Así se tiene acceso instantáneo a “mis amigos en línea, mis fotos, mi música, mis mensajes, mis documentos del trabajo, de la escuela...”, bajo la promesa del bienestar individual y la reivindicación propia ante el mundo.

Por otro lado, compartiendo el mismo espacio están las memorias de las transformaciones sociales, las memorias de luchas que se acumulan, que buscan igualmente la libertad, el proceso de democratización, de autonomía, de respeto a los derechos y obligaciones en la sociedad a la cual pertenece el sujeto. Las

memorias de lucha se desarrollan de manera desigual, sin embargo, están ahí como testimonio de pendientes sociales y culturales, engrosando tendencias y discursos latentes que serán enriquecidos por otros.

Así como las industrias culturales prometen liberar al sujeto, ofreciéndole una gama de opciones creativas e interactividad para su empoderamiento y entretenimiento –lo cual deviene en una intensa subjetivación–, las prácticas cotidianas de la personalización, gracias al diseño en función del usuario, son en realidad el ejercicio de la democratización en su vida. Las industrias culturales ofrecen la innovación subjetiva desde el ocio y la recreación. Los movimientos sociales actuales, que le apuestan a las transformaciones culturales, parten igualmente de la experimentación y la promoción a favor de la democracia a partir del empleo tecnopolítico de esas mismas tecnologías. Las primeras nutren sueños e ilusiones personales, las segundas un poder cultural. Ambas son expresiones de la libertad.

Por lo tanto, ante la pregunta de ¿qué aportan las conversaciones en línea al desarrollo de la subjetividad de los usuarios?, puede responderse que si bien antes las industrias creativas y las artes eran tradicionalmente las grandes impulsoras de la subjetividad e individualidad. hoy en día, cuando las conversaciones en línea unifican la agenda privada con la pública, y la herencia de la cultura audiovisual con la memoria social, se tiene que el motor político-cultural es precisamente la iniciativa personal mediatizada, donde el espacio destinado al ocio se unifica con el del trabajo. Por lo tanto, las conversaciones en línea se vuelven una alternativa más para la subjetivación que se hibridiza con las industrias creativas y con las artes.

Conversar en línea es un ejemplo de interactividad y de conectividad que, además, ofrece una mirada a la personalización y a la individuación, tal como lo vimos en el caso del movimiento estudiantil, cuya finalidad fue la procuración de conciencia y la individuación de dicha conciencia. De este modo, las conversaciones son una memoria dinámica de pendientes sociales y personales en una era de vigilancia y control, cuyo ejemplo más claro son las imágenes testimoniales.

Al concebir las plataformas y dispositivos como prótesis electrónicas que nos permiten conversar, convocar y representar el sentir y el pensamiento colectivo, el #YoSoy132 es un ejemplo que recogió este ensayo colectivo digital de participación social en un contexto electoral. Movimientos de esta naturaleza expanden el marco de acción de liberación a nivel social, cultural y personal.

De manera que la subjetividad se transforma gracias a las tecnologías y a las posibilidades diseñísticas, pero igualmente lo hace por el contexto global, ahora más cercano que antes. Dado que las redes sociales reflejan los procesos sociales de otras culturas, los usuarios expuestos a estos contenidos conciben todas estas manifestaciones propias de un mismo origen, la búsqueda de una mejor democracia y de sujetos que ensayan su libertad.

Así, al planteamiento de la investigación de cómo contribuyen las conversaciones en línea a la formación de comunidades, se puede responder que las conversaciones con miras a generar conciencia social en las redes son una reflexión pública sobre el proceso y el estado democrático de sus usuarios y de su entorno. Son un ejercicio sano y transparente para el proceso de concientización sobre lo público. En el caso del #YoSoy132, los usuarios construyeron su propia

versión del escenario cultural-político de 2012. Tristemente, se observa que su práctica conversacional plural evoluciona a una disminución de las ideas discrepantes en pos de la negociación de sentido, cayendo en una especie de conservadurismo. La posibilidad de ocurrencia de esta evolución ya había sido analizada por Perry y Shalley (2011), en el sentido de que los nodos centrales dotan de identidad a las comunidades digitales, porque son los que suelen difundir actitudes, opiniones y creencias. Pero al hacerlo, suelen estar expuestos a ideas desde un campo cognitivo y evaluativo dominante, dando poco espacio a ideas ajenas a las compartidas. Lo que sucedió con el #YoSoy132 así lo confirma.

El libre tránsito de contenidos que fue tan característico del #YoSoy132 al inicio y que influyó para que se le apreciara como un movimiento de identidad difusa, pero incluyente y plural, terminó por ser más bien un espacio más cercano a la denuncia política. Dejó de ser un espacio ciudadano de debate sobre las condiciones democráticas y cuestionó e incidió en el papel del ciudadano con respecto a su destino político-cultural. Por lo tanto, las conexiones que se lograron con otras células del #YoSoy132 en diversos países, así como su interacción mediática de solidaridad con otras luchas de mayor tradición, generó una conciencia global de denuncia sobre lo que ocurría en México. A la vez se hermanó con luchas semejantes de dignidad ocurridas en otras latitudes, pero ahogó poco a poco su propia demanda. Dio origen a una comunidad mucho más sólida en términos de compromiso, pero su parámetro de acción se alejó del inicial, influido por el contexto de resistencia y por los nuevos actores que determinaron la lucha al final (en el periodo estudiado), hacia una forma de activismo más tradicional.

Como hemos visto en el capítulo correspondiente a la definición de comunidad, el ejemplo más claro de esta evolución fue la profesionalización de contenidos del movimiento. Durante el segundo y el tercer momento, el #YoSoy132 experimenta un declive ante la opinión pública, por lo que muchos de los contenidos circulantes con respecto al movimiento fueron retirados y profesionalizados para ser nuevamente difundidos. Esta intencionalidad de proveer un contexto particular nos indica que los simpatizantes del movimiento buscaron generar memorias más claras y proveer una guía de lectura que mayoritariamente apuntaba a la evolución de la función del #YoSoy132 como un movimiento hermano de otras luchas heredadas, en detrimento de su función como un espacio cívico abierto y permanente, fortaleciendo la presencia comunitaria del #YoSoy132 en las redes. Sin embargo, con la profesionalización de contenidos, el movimiento ofreció una memoria que terminó reflejando imaginarios simbólicos de activismo distintos al inicial, lo cual resultó contraproducente.

Como comunidad hipermedia, ofreció una cara nueva a las formas de configuración sobre la subjetividad, basada en el artificio de lo que significa la transformación cultural y social y, sobre todo, en el alcance del individuo, aliado con otras individualidades en una era global. Como todo movimiento digital, el #YoSoy132 generó una interconectividad que enfatiza constantemente el compartir un destino en común y el expandir el parámetro de acción comunitaria. No menos relevante es la observación de que los referentes de los actores sociales dejan de ser las instituciones, las ideologías, la modernidad, la democracia o los nacionalismos, como ya lo apuntaba Touraine (2007), y que su lugar lo ocupa

ahora el sujeto mismo, su inventiva, su transformación hacia el proceso de individuación. Pero este proceso de subjetivación va siempre de la mano de la sensibilidad en comunidad. Quizá el valor más característico de la comunidad del #YoSoy132 sea la cultura de la vigilancia a las instituciones ligadas al poder, pues este empleo de la tecnología empodera a la ciudadanía en la procuración de la democracia y de la justicia (aunque también la vulnera al ser ella misma vigilada y localizable).

La comunidad del #YoSoy132 ofreció una estructura enfocada a suplir necesidades subjetivo-informativas en un modelo hipermedia de participación ciudadana. El movimiento nació de un contexto mediático en el que se privilegia la personalización y adecuación al usuario, como se observa en las formas de hacer política y entretenimiento. Los usuarios se vincularon porque observaron contenidos tanto empáticos como de generación de conciencia, por lo que la distribución de dicha sensibilidad se percibía auténtica y representativa. Los ganchos de “autenticidad” se basaron en el humor y la creatividad reapropiada, así como en los testimonios de usuarios “comunes”. En términos de Wegner (2008), el generar historias de aprendizaje sobre la experiencia de lo que significa democracia en los medios –por ejemplo– y al mismo tiempo lo que es la práctica democrática en las asambleas, significó una participación materializada en contenidos mediáticos re TRABAJADOS constantemente para mantener la historia del #YoSoy132 en narraciones transmedia. Sus escenificaciones las hicieron de la manera más inspiradora posible, buscando recalcar sus intenciones “auténticas”. Una manera de hacerlo era con la transparencia de sus demandas, socializando y mediatizando su involucramiento al externalizar sus vínculos con luchas

semejantes. Como figura pública, el #YoSoy132 gestionó su reputación visibilizando todo: desde su proceso de denuncia, sus negociaciones de sentido, sus convocatorias y su paso por la historia mediante los contenidos mediáticos que son constantemente profesionalizados. La idea era mantener la memoria vigente para apropiarse de su versión de lo que ocurrió; de ahí su disposición a ser revisado y reapropiado en su sitio o en los historiales que sobrevivieron en Twitter y en otros medios. Desafortunadamente, esta intención ha sido abandonada paulatinamente, pues el sitio oficial no se encuentra actualizado y la única manera de saber del movimiento es mediante su cuenta en Twitter.

Retrabajar los contenidos en las redes tenía la intención de superar su valor anecdótico al ofrecer no sólo imágenes e ideas en “exclusiva” para contagiar emocionalmente a los usuarios, sino contextualizarlas, dándoles un valor informativo-político. De esta manera contribuyó en los procesos democráticos en la medida en que creó campañas de masa crítica para expandir su margen de acción de un ámbito local a uno transnacional. Finalmente, las prácticas de la documentación y el registro espontáneo para vigilar asuntos de interés público y privado también contribuyeron a la democratización.

Como preámbulo para atender a la pregunta ¿cómo se crea empatía en las conversaciones en línea?, conviene recuperar los siguientes conceptos del ámbito audiovisual.

El voyeurismo como forma de consumo en la era digital se extiende a las prácticas de ser testigo y compartir el testimonio. Los simpatizantes del #YoSoy132 ejemplificaron sus experiencias de deuda y lucha sociocultural gracias a contenidos mediatizados y su disposición a compartirlos. Es la comunicación

interpersonal atomizada en términos íntimos, cotidianos, para el mundo.

De esta comunicación íntima y personalizada surgen dos tipos de imagen: La primera es la imagen digital profesional, que ha alcanzado una sofisticación formal. Su poder visual radica en su verosimilitud y en su caracterización, es decir en su imitación formal ultradetallada de la realidad, impactando a nivel emocional.

La otra imagen es de tipo testimonial. Su gran autoridad visual radica en su poder moral respecto a los procesos socioculturales que documentan dicha lucha. Estas imágenes testimoniales contribuyen a forjar nuevos imaginarios de las movilizaciones sociales, por lo que se suman a otros iconos de luchas mediatizadas, caracterizadas por su involucramiento en diversos frentes a favor de la democracia en la década de 2000. Todos ellos son conflictos que apelan a la dignidad, a la transnacionalización de sus causas y a un fuerte empleo de convocatorias/evento en las redes sociales.

Esta exposición audiovisual coadyuva para atender la respuesta a la última pregunta de investigación, que busca entender cómo se crea empatía en las conversaciones en línea. La empatía es una interacción cognitivo-emocional con intencionalidad socializante que permite comprender al otro y entendernos a nosotros mismos en la otredad. El #YoSoy132 es producto de la influencia mediática que fomenta la sensibilización a la otredad. El hecho de que los alumnos de la Iberoamericana generaran sus propios contenidos sobre el incidente en su universidad, por ejemplo, les permitió posicionarse como una fuente político-informativa y de entretenimiento que, con base en testimonios, derribó la versión oficial del incidente.

Esto generó empatía emocional al dar una versión ciudadana que contrastó

con la versión oficial. Al transparentar su proceso de lucha, sus convocatorias, sus negociaciones de sentido y enfatizar su pluralidad y apartidismo (algo significativo para una población que no encuentra en los partidos alternativas genuinamente representativas y sufre el desencanto tanto de la izquierda como de la alternancia del PAN), creó historias íntimas y personales de híbridos mediáticos en los que se mezclaban los géneros periodísticos y audiovisuales, logrando experiencias multimedia a partir de problemáticas democráticas desde la intimidad de lo cotidiano y de la afición audiovisual. Los participantes del movimiento crearon interpretaciones compartidas que escenificaron en mensajes claros, experiencias tanto de interés público como personal, dotando a sus contenidos de un dramatismo aprendido en los propios medios. Como hemos dicho, la teatralidad y el drama jugaron un papel importante en la conducción personal y en las luchas sociales.

Sin embargo, la imagen mediatizada del testimonio como prueba de un acontecimiento o evento, presenta problemáticas que deben considerarse. Su alto grado de volatilidad, su plasticidad y, muy a menudo, la imposibilidad de verificar la fuente, hacen que los contenidos compartidos en las conversaciones se vean con la misma suspicacia que otros contenidos provenientes de medios tradicionales, a los que se acusa de ser parciales o de “seguir una línea”. Sin negar esta característica, que puede afectar la confiabilidad del medio, estimamos que, a diferencia de las formas de comunicación informativa, las conversaciones en línea ofrecen un panorama en donde el valor no radica en mostrar información objetiva y verídica, o en demostrar fiabilidad, sino en ofrecer contenidos que reflejan una apropiación de convenciones audiovisuales con la aspiración a ser compartidos.

Es decir, aspiran a seguir alimentando la conversación, que es donde finalmente se reconstruye constantemente lo cultural y lo social. De esta manera, el artificio juega un papel crucial en la reconstrucción de hechos, emociones y en la incidencia sobre la realidad misma. Los historiales compartidos serán el legado que trascienda de esos momentos históricos. La intencionalidad última siempre será reforzar vínculos, en términos de Bañuelos (2013).

Con el #YoSoy132, el efecto multimedia de los procesos de interés público permitió que mucha gente cuestionara en su propia vida doméstica la manera en que experimentaba los valores democráticos. Ciertamente, las conversaciones en línea son eventos, convocatorias, campañas y deseos que aluden todo el tiempo al ámbito de acción del sujeto.

La presencia ciudadana en las redes, extendida en contenidos mediáticos de lenguaje ordinario y con su característico tono informal, tiene ahora una voz con potencial de impacto global. La subjetividad diseñada de los usuarios se distribuye en el ecosistema mediático, ofreciendo formas de testimonio y vigilancia que dan pautas de innovación cultural.

La reflexión sobre uno mismo es la constitución de la subjetivación moderna y una manera de luchar contra la masa uniforme. En una cultura mediática y audiovisual como la nuestra, era natural pasar a la reflexión multimedia, y en la era web 2.0, a la reflexión hipermedia. Efectivamente, la tesis central de Touraine (1977) es que la sociedad no sólo es adaptación y reproducción. Es también creación y auto producción, pues los sujetos tienen la capacidad de crear sus contextos de sentido. ¿No es esto lo que están haciendo los agentes de cambio actuales al proveer profesionalizaciones de contenidos que mediatizan para ser

compartidas? ¿No estamos alcanzando un umbral cultural de acción que repercute en nuestro empleo de la libertad al tener herramientas tecnológicas que permiten rescatar nuestra individualidad e incrementar nuestro parámetro de acción a nivel comunitario e inclusive, global? La reflexión sobre uno mismo, en estos tiempos es audiovisual e hipermediatizada. Es la manera más reciente de individuación.

Para finalizar, es importante comentar las dificultades, principalmente de orden metodológico, que enfrentó esta investigación. Las metodológicas aplicadas a las temáticas sociales son complejas 1) por su naturaleza interdisciplinaria; 2) porque el *corpus* analizado es un fenómeno relativamente nuevo; 3) porque el investigador debe desarrollar sus propios instrumentos de análisis, dado que existen muchos caminos posibles para identificar los procesos de subjetivación; y 4) porque debe procurarse la coherencia interna entre los métodos elegidos. Por ejemplo, el enfoque sociológico sobre la alterglobalidad de los investigadores Pleyers (2013) y Toscano (2013), así como los recursos de los imaginarios simbólicos de ciudadanía aportados por el investigador López (1998), fueron de enorme ayuda al tratar de comprender la problemática de subjetivación en tiempos contemporáneos, que está íntimamente relacionada con las luchas sociales tanto en México como a nivel global. El marco conceptual ofreció una explicación teórica de la subjetividad dentro de un ámbito digital, donde nuestros observables fueron las conversaciones en línea según tres variables: su comportamiento en comunidad, su desarrollo de empatía y su empleo de las comunicaciones digitales. Como bien indica la investigadora Boëx (2013), uno de los grandes retos y limitantes al tener como *corpus* el contenido digital generado por los usuarios, es

precisamente su volatilidad y su lectura. En este trabajo se trató de evidenciar que ni la volatilidad ni la incapacidad de proveer un sentido estable es motivo para restarle valor a las conversaciones como ejemplos de subjetividad actuales. Más bien, estas características forman parte de la especificidad de nuestro corpus. De hecho, con respecto a esta singularidad, al optar por el estudio de caso como recurso etnográfico basado en la identificación de las particularidades de un fenómeno (Arbesú, 2013) pudimos seleccionar el movimiento #YoSoy132 como un ejemplo puntual, sin buscar generalizar las condiciones en las cuales se dio, sobre cómo se manifiesta la subjetividad en tiempos actuales. Esto nos permitió valorar un singular contexto sociopolítico y tecnopolítico, al identificar acciones que posteriormente se caracterizaron como imaginarios simbólicos de luchas pasadas y presentes en México.

Otro problema fue la lectura multimedia de las conversaciones en línea. Efectivamente, estamos ante un fenómeno nuevo, ante interacciones multimedia con una gramática naciente en la que se mezclan lenguajes audiovisuales, con géneros mediáticos, productos y procesos, intenciones institucionales, oficiales y del aficionado. Si bien la transmedia puede ser una forma de interpretación intertextual, no basta para comprender contenidos creados en las redes sociales y que corresponden a la denuncia o que buscan incidir en la democracia. La lectura y la intención del autor es muy distinta si se trata de un contenido accidental que testifica una falta estatal, que si se trata de uno creado expresamente para denunciar un acontecimiento, o, más aún, si se trata de uno de corte más hedonista, como la *selfie*. La profesionalización de contenidos textuales y audiovisuales que derivan en *mashups*, deben entenderse como posibles formas

de incidencia democrática (al menos según nuestro estudio), pero todas estas rutas hipertextuales están en versión beta e innovando el lenguaje mismo.

En virtud de lo anterior, se sugiere como futura línea de investigación la búsqueda de metodologías para dar lectura a las gramáticas que se están gestando en las redes sociales y que se enfocan a los procesos de vigilancia y democratización de un sujeto que, por un lado, procura su individuación, y al mismo tiempo busca mantener controlada su visibilidad para seguir resguardando su libertad.

La imagen del testimonio performativo seguirá generando presión y vigilancia. ¿Qué forma de subjetivación emerge de la profesionalización de contenidos que a la vez expone crecientemente la intimidad en las redes? Es muy válido preguntar qué grado de autonomía se alcanzará si el medio permite la conectividad e interactividad omnipresentes. ¿Cuál será su alcance en términos de transformación personal y estructural, si al mismo tiempo pudiera vulnerarse su propia intención de emancipación al estar constantemente expuesto? Quizá esto se pueda explicar no mediante la recepción del contenido, sino a través de la comprensión de la producción hipermedia de los autores involucrados en su historicidad tecnopolítica, junto con su íntimo espacio digital cotidiano.

Obra citada

Acha J. (2014, noviembre 17). *Introducción a la teoría de los diseños*. Recuperado de <http://martinezsilva.com/uam/Introducci%25C3%25B3nTeoriaDise%25C3%25B1os.pdf>

Alcántara, L. (2014, diciembre 1) Constitucional, uso de celulares para grabar abusos:especialistas. Red política. El Universal. Recuperado de <http://www.redpolitica.mx/nacion/constitucional-uso-de-celulares-para-grabar-abusos-especialistas>

Ardèvol E.; Beltrán, M.; Callén, B. (2011, junio 23). Etnografía virtualizada. La observación participante y la entrevista semiestructurada. *Athenea Digital*, Núm. 3 Primavera. Recuperado de <http://ddd.uab.cat/pub/athdig/15788946n3a5.pdf>

Área, M. (2011, junio 23). Tecnologías de la información y comunicación en el sistema escolar. Una revisión de las líneas de investigación. *RELIEVE*: v.11. n.1. Recuperado de http://www.uv.es/RELIEVE/v11n1/RELIEVEv11n1_1.pdf

Arocena R., Sutz J. (2003). *Subdesarrollo e innovación, navegando contra el viento*. Madrid: Cambridge University Press

Artículo 19. (2014, julio 8). *Human rights. What we do. Article 19*. Recuperado de <http://www.article19.org/pages/en/human-rights.html>

Ayotzinapa: Quel mouvements sociaux face á la violence au Mexique ? (2014, noviembre 12). [video]. Recuperado de <http://youtube.com/channel/UCr-0ie11P6GSQEs9KGFawg>

Aziz, A. (2014, enero 18). El retorno del PRI. *Desacatos*. No. 42, pp7-13.
Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-92742013000200001&script=sci_arttext

Benjamin, W. (2003). *La Obra de Arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México, Distrito Federal: Itaca

Bañuelos, J. (2013, mayo 19). Investigar las redes sociales. Comunicación total en la sociedad de la ubicuidad. *Razón y Palabra*. Recuperado de www.razonypalabra.org.mx/Libr_IRS/01_Banuelos_IRS.pdf

Bertrand, G. (1999). *Introducción a la historia de las técnicas*. Barcelona: Editorial Crítica

Boëx, C. (2013-2014). *Usages de la vidéo par les acteurs des révoltes dans le monde arabe: écritures et récits d'engagement, du témoignage et de la violence*, [Apuntes] Seminario de posgrado, EHESS París

Bringel, B., Domingues, J. (2014) *Global Modernity and Social Contestation*. London: Sage Studies in International Sociology

British Library; JISC (Joint Information Systems Committee). (2010, octubre 19). Informe Ciber: Comportamiento informacional del investigador del futuro. *Redalyc* Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/635/63501113.pdf>

Busch, M. Koch, N. (2009). *Rich Internet Applications. State of the Art. UML-Based Web Engineering*. Technical Report 0902. München: Programming and Software Engineering Unit (PST), Institute for Informatics. Ludwig-Maximilians-Universität München Germany

Bush, V. (2011, enero 14). *¿Cómo podemos pensar?* Recuperado de

<http://biblioweb.sindominio.net/pensamiento/vbush-es.pdf>

Butler, J. (1993). *Bodies that matter*. New York: Routledge

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

Chávez, A., Trejo, C., y Rojas, M. (2013, febrero 10). Ya llegó la nueva dictadura, pues arre, vamos a darle. *Revista Hashtag*. Recuperado de <http://www.revistahashtag.net/reportajes/cronica/item/376-ya-llego-la-nueva-dictadura-pues-arre-vamos-a-darle>

Center for Building a Culture of Empathy. (2010 enero 20). Recuperado de <http://cultureofempathy.com/References/Articles-general-empathy.htm>

Cobo C., Pardo H (2007) *Planeta web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. México: Grupo de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. FLACSO

Conferencia parte 2 (2012, mayo 6). [video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=K_b82B4mpVA

Danto A. (2003) *El arte después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde de la historia*. Barcelona: Paidós, Colección Transiciones

Darley, A. (2002). *Cultura digital. Espectáculo y nuevos géneros en los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación Cine

Day, E. (2014, febrero, 23). "How selfies became a global phenomenon. *Mail and Guardian Women Magazine*. Recuperado de <http://women.mg.co.za/how-selfies-became-a-global-phenomenon/>

Edgerton, D. (2006). *Innovación y tradición. Historia de la tecnología moderna*. Barcelona: Editorial Crítica

Elizondo, J. (2008). *La Escuela de Comunicación de Toronto. Comprendiendo los efectos del cambio tecnológico*. México, Distrito Federal: Diseño y Comunicación, Siglo XXI

Ellis, J. (2002). *Seeing things: Television in the Age of Uncertainty*. London: I.B. Tauris

Faraj, S., Jarvenpaa S. L., Majchrzak A. (2011). Knowledge collaboration in online communities. *Organization Science*. Vol. 22, No. 5, September-October, p. 1224-1239

Feixa, C., Norfe J., Perondi, M., Toscano V., Fernández-Planells, A., Sánchez J., Soto, J. (2013). *#Generación indignada. Topías y utopías del 15M*. Lleida: Editorial Milenio

Ferry, P. (2013, noviembre 4). *Cinéma total. #Occupygezi en images ou les nouveaux héros de l'imaginaire turc*. Recuperado de <http://culturevisuelle.org/cinematotal/archives/3>

Figuerola, H., Lara, C. (2004, agosto 24). El proyecto Xanadú: utopía vigente en el entorno del acceso a la información. Biblioteca Universitaria. *Redalyc* Recuperado de <http://www.dgbiblio.unam.mx/servicios/dgb/publicdgb/bole/fulltext/volIII2/figuerola.PDF>

Fiore Q., McLuhan, M., Angel, J. (1967). *The medium is the message. An inventory of effects*. California: Paperback Ginko Press

Galindo, J, González, J. (2013, junio 24). *#YoSoy132. La primera erupción*

visible. Recuperado de http://portalcomunicacion.com/nov_editoriales_det.asp?id=2868

Gran Discurso #YoSoy132. 1er asamblea. MEMORIA Y CONSCIENCIA. Mesa 14. Ciudad Universitaria. [Video]. (2012). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=E9dkSK1pgzA>

Hayles, K. (1999). *How we became posthuman, virtual bodies in cybernetics, literature and informatics*. London: The University of Chicago Press

Hayles, K. (2011, noviembre 23). Distributing the Chinese Room. *On the Human*. Recuperado de

<http://onthehuman.org/2009/05/distributingdisturbing-the-chinese-room/#sthash.rf6i6gBC.dpuf>

Juárez, R. (2014, diciembre 8). *MKT digital y redes sociales en México 2012*. Recuperado de

<http://www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=198&Type=1>

Kraidy, M., Mourad , S. (2010). *Hypermedia Space and Global Communication Studies Lesson from the Middle East*. Pennsylvania: Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania. USA

López, L. (1998). *Imaginario sociales y creación de ciudadanía. Las transformaciones identitarias en dos organizaciones sociales: Asamblea de Barrios de la Ciudad de México y Alianza Cívica* (Tesis de maestría). México, Distrito Federal: Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora

Maethes, M. (2013, abril 9) The perverse aesthetics of a hípster. Recuperado de <http://quillin-consulting.com/2011/06/21/functionless-fashion-the-perverse-aesthetics-of-the-hipster/>

Manovich L. (2010, noviembre 4). *Postmedia aesthetics*. Recuperado de <http://www.manovich.net>

Manovich, L. (2004). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicaciones

Manovich, L. (2010, septiembre 13). *La Vanguardia como software*. Recuperado de <http://www.artnodes/espai/esp/art/manovich1002/manovich1002.html>

Manovich, L. (2011, noviembre 4) *Software takes command*. E-book. Recuperado de <http://manovich.net/>

Meis, M. (2009, Octubre 7). Marcel Duchamp's "Étant donnés." Recuperado de <http://www.thesmartset.com/article/article10060901.aspx>

Papadopoulos, K. A., Pantti, M. (2011). *Amateur Images and Global News*. Bristol: Intellect

Pardo, H. (2010). *Geekonomia. Un radar para producir en el postdigitalismo*. Col.lecció Transmedia XXI. Barcelona: Laboratori de Mitjans Interactius/Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona

Peña, W. (2011, diciembre 19), *Meditations on First Cybersophy*. Recuperado de <http://www.cyberartsweb.org/cpace/theory/pena/index2.html>

Perezbolde, G. (2014, diciembre 8). *MKT digital y redes sociales en México 2014*. Recuperado de http://amipci.org.mx/images/Estudio_Marketing_2014.pdf

Pleyers, G. (2015, marzo 16). *Les jeunes alter-activistes: d l'altermondialisme aux indignés et à la transition locale. Première version d'un texte a paraître dans Bequet V. dir. Formes contemporaines de l'engagement des jeunes.* Recuperado de <http://www.uff.br/observatoriojovem/sites/default/files/documentos/alter-activistes.pdf>

Pleyers, G., Bringel, B., Toscano, E. (2013-2014). *Mouvements sociaux et globalisation. (Apuntes) Seminario del Centro de Investigación CADIS, EHES Paris*

Pleyers, G., Glasius, M. (2013). La résonance des "mouvements des places", connexion, émotions, valeur. *Dossier Révolutions, Contestations, Indignations*. Socio 2. pp.59-79

Potthast, S., Rowe, M. (2011, marzo 11). *An Analysis of Approaches for Asynchronous Communications in Web Applications*. Recuperado de: <http://www.uwplatt.edu/csse/courses/prev/csse411-materials/StudentConferencePublications/Potthast.pdf>

PSJM. (2011, septiembre 29) *Experiencia total. La herencia de Wagner en la industria cultural globalizada.* Recuperado de

<http://www.contraindicaciones.net/2010/11/xperiencia-total-la-herencia-de-wagner-en-la-industria-cultural-globalizada-por-psjm.html#23>

Publimetro. (2013, noviembre 12). Recuperado de <http://www.publimetro.com.mx/noticias/fotos-el-supuesto-abdomen-de-lavadero-de-humberto-moreira/mmk!mvKJryECWHSbU/>

Redacción AN. (2014, agosto 15). Documento: 219 organizaciones exigían al Ifai actuar en contra de la ley telecom. *Aristegui Noticias*. Recuperado de <http://aristeguinoticias.com/1508/mexico/organizaciones-pedian-al-ifai-interponer-accion-de-inconstitucionalidad-vs-ley-en-telecom/>

Rifkin, J. (2010). *La civilización empática. La carrera hacia una conciencia global en un mundo en crisis*. Madrid: Paidós Estado y Sociedad

Robledo, R. (2013, abril 3). Record, #MarchaYoSoy132 lleva 4 días en Twitter. *El Universal*. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.mx/notas/848816.html>

Rodríguez, A. (2013, agosto 23). Sobre la obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica de Walter Benjamin: Una lectura interdisciplinar. Bond_Biblioteca On-Linde de Design. Recuperado de http://www.bond.ubi.pt/arquivo/arte_arancharodriguezfernandez_reproductibilidad_tecnica.pdf

Salmerón, P. (2014, octubre 21). El mismo PRI de siempre. *La Jornada*. Recuperado de <http://www.jornada.unam.mx/2014/10/21/opinion/020a2pol>

Sánchez, A. (2007). *Invitación a la estética*. México, Distrito Federal:

Debolsillo.

Sánchez, V. (2013, abril 25). *México, el país más activo en Twitter de AL*. Recuperado de <http://www.merca20.com/mexico-el-pais-mas-activo-en-twitter-de-al/>

Scolari C. (2011, abril 23) *Narrativas transmediáticas. Breve introducción a un gran tema*. Recuperado de <http://hipermediaciones.com/2009/05/15/narrativas-transmediaticas/>

Scolari C. (2014, noviembre 14). *La TV después del broadcasting: Hipertelevisión, redes y nuevas audiencias*. Recuperado de <http://hipermediaciones.com/2013/06/15/la-tv-despues-del-broadcasting-hipertelevision-redes-y-nuevas-audiencias/>

Scolari, C. (2007). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación*. Barcelona: Gedisa Editorial

Shalley, E., Perry-Smith, J. (2003). The social side of creativity: A static and dynamic social network perspective. *The Academy of Management Review*. Vol. 28, No. 1, 89-106p.

Stake, R. (2014, noviembre 30). *Investigación con estudio de casos*. Recuperado de http://investigacionsocial sociales.uba.ar/files/2013/03/STAKE_investigacion-con-estudio-de-caso.pdf

Tejedor, S. (2012, enero 5). Periodismo mashup. Combinación de recursos de la web social con una finalidad ciberperiodística. *Anàlisi* 35, 2007, 17-26
Recuperado de <http://www.raco.cat/index.php/analisi/article/viewFile/74252/94421>

Toret, J. (2014, enero 16). *DatAnalysis15m. Análisis y visualización de datos*

del sistema-red #15m. Recuperado de <http://datanalysis15m.wordpress.com/2013/06/20/lanzamiento-tecnopolitica-y-15m-la-potencia-de-las-multitudes-conectadas-el-sistema-red-15m-un-nuevo-paradigma-de-la-politica-distribuida/>

Touraine, A. (2006). *Crítica de la modernidad*. México, Distrito Federal: FCE

Touraine, A. (2007). *La mirada social. Un marco de pensamiento distinto para el siglo XXI*. México, Distrito Federal: Paidós Estado y Sociedad

Touraine A. (1977) *The self-production of society*. Chicago: University of Chicago

Twitter-Mexico.com (2014, marzo 14). *Periodistas de México en Twitter*. Recuperado de <http://www.twitter-mexico.com/categoria/periodistas>

Valenzuela, S. (2014, junio 21) *La protesta en la era de Facebook: Manifestaciones juveniles y uso de redes sociales en Chile 2009-2011*.

Recuperado de http://www.academia.edu/1385052/La_protesta_en_la_era_de_Facebook_Manifestaciones_juveniles_y_uso_de_redes_sociales_en_Chile_2009-2011

Villamil, G. (2013, julio 2). Manuel Cossío Ramos, el espía del Cisen en el movimiento #YoSoy132 (Primera parte). *Proceso*. Recuperado de <http://www.proceso.com.mx/?p=343793>

Warr, T., Jones, A. (2001). *The Artist's Body*. London: Phaidon Press

Yo Soy 132 (2014, diciembre 13). *Yo Soy 132 Media*. Recuperado de www.yosoy132media.org/

YoSoy132: How A Mexican Student Movement Was Born. [video]. (2013, octubre 18). Recuperado de <http://www.huffingtonpost.com/2012/06/30/yosoy132->

mexican-youth-gr_n_1637689.html#oid=Nvc3E3NTpRj5Sa5iadNtaYX0jPmKgeO6

#YoSoy132, 15M, 99%, Occupy, Arab Spring. [video]. (2014, abril 2014).

Recuperado de http://www.youtube.com/watch?v=6_A6LKR0h08

Obra consultada

Arbesú, I., Gutiérrez, S., Piña, J., M. (Coord.) (2008). *Educación Superior. Representaciones Sociales*. México, Distrito Federal: Ediciones Gernika Colección Ciencias Sociales

Baigorri L. (2014, diciembre 15). *Game as critic as art*. Facultat de Belles Arts, Universitat de Barcelona, Recuperado de www.ubu.edu/imarte/es/investigadores/estudios-teoricos/laura-baigorri/game-as-critic-as-art-30/

Barbasi A. (2003). *Linked. How everything is connected to everything else and what that means for business, science and everyday life*. London: Penguin Group

Baron-Cohen, S. (2010, diciembre 17). Empathic Civilization: Do we have empathy or are we just good rule followers? *Huffington Post*. Recuperado de http://www.huffingtonpost.com/simon-baroncohen/empathic-civilization-do_b_483106.html

Batson, C. (2011, diciembre 15). Empathy-Induced Altruistic Motivation. *Draft of lecture for Inaugural Herzliya Symposium on "Prosocial Motives, Emotions and Behavior*. Recuperado de <http://portal.idc.ac.il/en/Symposium/HerzliyaSymposium/Documents/dcBatson.pdf>

Componentes esenciales de Accesibilidad Web. (2010, octubre 18). *Web*

Accessibility Initiative. Recuperado de <http://www.w3c.es/traduccion/es/wai/intro/components>

Consortio de la World Wide Web (2010, septiembre 5). *W3C España*. Recuperado de, en <http://www.w3.org/>

Danto, A. (2006). *The abuse of beauty. Aesthetics and the concept of art*. Chicago: Open Court Carus Publishing Company

Eagleton, T. (1998) Una introducción a la teoría literaria. México, Distrito Federal: FCE

Edgerton, D. (1999). *From Innovation to use: Ten eclectic theses on the historiography of technology*. OPA. History and Technology, Vol. 16 p.111-136.

Ferrándiz, F. (2011). *Etnografías contemporáneas. Anclajes, métodos y claves para el futuro*. México, Distrito Federal: Athropos, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa, División de Ciencias Sociales y Humanidades

Gero, J., Kannengiesser, U. (2010, septiembre 15). An ontology of Donald Schön's reflection in designing. *International Journal of Design Science and Technology*. Volume 15, Num 2. Recuperado de <http://europia.org/IJDST/vol15.htm>

Godfrey, T. (1999). *Conceptual art*. London:Phaidon Press

Guiraud, P. (1988). *La semántica*. México, Distrito Federal: FCE

Gunthert, A. (2014, marzo 27). *Permettre les usages public des images*. Recuperado de <http://culturevisuelle.org/icones/>

Heartney E. (2008). *Arte y Hoy*. London: Phaidon Press Limited.

Houdé, O., Kayser, D. (2003). *Diccionario de ciencias cognitivas*.

Neurociencia, psicología, inteligencia artificial, lingüística, filosofía. Buenos Aires: Amorrortu Editores

Interpresonal Reactivity Index. EckerCollege. (2012, diciembre 11). *EckerCollege on Florida's Gulf Coast*. Recuperado de <http://www.eckerd.edu/academics/psychology/iri.php>

Jackson P., Meltzoff, A., Decety, J. (2004). How do we perceive the pain of others? A window into the neural processes involved in empathy. *Elsevier* 771-779.

Joly, M. (2003). *La interpretación de la imagen: Entre memoria, estereotipo y seducción*. Barcelona: Paidós Comunicación

Landow G. (1997) *Teoría del hipertexto*. Paidós Barcelona.

Lash, S. y Lury, C. (2007) *Global Culture Industry*. Polity, Cambridge.

Leiteibrandt, Isabella “*El ciborg: Las tecnologías como extensión del humano en la ciencia-ficción y realidad*”. *Revista Digital Universitaria* [en línea]. 10 de septiembre 2007, Vol. 8, No. 9. [Consultada: 1 de febrero de 2012]. Disponible en Internet: <<http://www.revista.unam.mx/vol.8/num9/art73/int73.htm>>

Lipovetsky, G., Serroy, J. (2006). *La pantalla global*. Barcelona: Editorial Anagrama

Lizarazo, D. (2004). *La fruición filmica. Estética y Semiótica de la interpretación cinematográfica*. México, Distrito Federal: Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco

Marco, M. Marco, J., et.al (ed.) (2010). *Escaneando la informática*. Barcelona: Editorial UOC

Martínez, E., González , M. (2012, enero 16), La comunicación digital: Nuevas formas de lectura-escritura. *Revista Quaderns Digital*, Núm. 63. Recuperado de http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_1/nr_810/a_10942/10942.html

Matousek, M. (2012, febrero 27). I feel your pain but why? *Psychology Today*, Recuperado de <http://www.psychologytoday.com/blog/ethical-wisdom/201103/i-feel-your-pain-why>

Nelson, T. (2010, junio 17). *Transliteration. A Humanist Format for Re-Usable Documents and Media*. Recuperado de <http://transliteration.org/>

Nielsen, J. (1995). *Multimedia and Hypertext. The Internet and beyond*. London: Morgan Kaufman

Nielsen, J. (2014, diciembre 15). *Writing for the web*. Recuperado de <http://www.useit.com/alertbox/9703b.html>

Orihuela, J. (2010, octubre 7). Narraciones interactivas: El futuro no lineal de los relatos en la era digital. *Palabra Clave* 38. Núm.2. Recuperado de <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/338/480>

Planells A (2012, febrero 4). La evolución narrativa en los videos de aventuras (1975-1998) *Zer*, Vol. 15-Núm. 29 Recuperado de [\[www.ehu.es/zer/Zer29/zer29-06-Planells%20de%20la%20Maza.pdf \]](http://www.ehu.es/zer/Zer29/zer29-06-Planells%20de%20la%20Maza.pdf)

Quecedo, R. Castaño, C. (2012 enero 17). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*, núm 014. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/175/17501402.pdf>

Radrigán, V. (2011, enero 12). Transmutando. La traducción intersemiótica como proceso en la era de la condición postmedia. *Escaner Cultural Revista Virtual de Arte Contemporáneo y Nuevas Tendencias*. Recuperado de <http://revista.escaner.cl/node/1357>

Rocchietti, S. (2010, septiembre 25). Cibernetica: transdisciplina. *Foro Internacional*. [Comentario en un blog] Recuperado de http://espanol.groups.yahoo.com/group/Ciber_Etica_Holistico_Planetaria/message/5727

Ruiz- Velazco, E. (2012). *Cibertrónica: Construcción compartida del conocimiento en la web 3.0 Enseñanza aprendizaje en red y desde la red. Tecnologías de la Información y la comunicación para la innovación educativa*. México, Distrito Federal: Ediciones Díaz de Santos

Schlembach, R. (2013, febrero 25). *Social Movements in Post-Political Society: Prefiguration, Deliberation and Consensus*. Recuperado de [http://www.academia.edu/1608164/R. Schlembach 2012 Social Movements in Post-Political Society Prefiguration Deliberation and Consensus](http://www.academia.edu/1608164/R._Schlembach_2012_Social_Movements_in_Post-Political_Society_Prefiguration_Deliberation_and_Consensus)

Schön, D. (2013, enero 8). *Design as reflective conversation with the materials of a design situation. Research in Engineering Design. Theory, Application and Concurrent Engineering*. Recuperado de

<http://www.cs.uml.edu/ecg/pub/uploads/DesignThinking/schon-reflective-conversation-article-1992.pdf>

Seminario Iberoamericano de Desarrolladores y Diseñadores. (2011, julio 3). SIDAR y la hipertextualidad. *Seminario Iberoamericano de Desarrolladores y Diseñadores Web. Lenguaje hipertextual extendible W3C*. Recuperado de <http://www.sidar.org/recur/desdi/traduc/es/xhtml/xhtml11.htm#future>

Singer, T., Lamm, C. (2009). The social neuroscience of empathy. *The Year in Cognitive Neuroscience, New York Academy of Sciences* 81-96

Slack G. (2011, febrero 26). I feel your pain. *Salon*. Recuperado de http://www.salon.com/2007/11/05/mirror_neurons/

Smith, M. (2012, octubre 23). Donald Schön: learning, reflection and change. *The encyclopedia of informal education*. Recuperado de <http://www.andrew.cmu.edu/user/skey/research-prev/reading/reflection-educational-role/et-schon.htm>

Storyworlds across media. (2010, septiembre 8). *Mediality Multimodality Transmediality*. Johannes Gutenberg-University Mainz. Recuperado de <http://www.storyworlds.de/>

Taura, T., Nagai, Y. (2012, marzo 20). Design Creativity. British Library Cataloging in Publication Data, *Springer*. Recuperado de <http://extras.springer.com/2011/978.../978-0-85729-223-0 Book PDF.pdf>

Thompson, J. (2006). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México, Distrito Federal: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad de Ciencias Sociales y Humanidades

Visser, W. (2012, junio 2). Schön: Design as a reflective practice. *Collection*

Art+Design and Psychology, pp. 21-25. Recuperado de <http://www.cs.uml.edu/ecg/pub/uploads/DesignThinking/schon-reflective-conversation-article-1992.pdf>

Zavala, L. (2004) *Elementos del discurso cinematográfico*, México Distrito Federal: Colección Libro de texto Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco

Referencia de Ilustraciones

Imagen 1. Yo Soy 132 [YoSoy132Media]. (2012, Julio 30).Recuperando de <https://twitter.com/search?q=Yo%20Soy%20132%20Yo%20OR%20Soy%20OR%20132%20OR%20Somos%20OR%20más%20OR%20de%20OR%20131%20%23Yo%20OR%20%23Soy%20OR%20%23132%20since%3A2012-05-10%20until%3A2012-08-01&src=typd>

Imagen 2. Revolución Pacífica [jpnlyonmag]. (2012, Julio 5)Flash Mob #Yo Soy 132 Paris au Musee d'Art Moderne de la Ville de Paris, 24 juin 2012. Recuperando de <https://twitter.com/jpnlyonmag/status/220990115139436544>

Imagen 3. Yo Soy 132 [YoSoy132Media]. (2012, julio 5).Recuperando de <https://twitter.com/search?q=elecciones%202012%20yo%20soy%20132%20elecciones%20OR%202012%20OR%20yo%20OR%20soy%20OR%20132%20since%3A2012-06-27%20until%3A2012-07-10&src=typd>

Imagen 4. Yo Soy 132 [YoSoy132Media]. (2012, diciembre 1).Recuperando de <https://twitter.com/search?f=realtime&q=Yo%20soy%20132%20%221DMx%22%20>

[Yo%20OR%20soy%20OR%20132%20OR%201DMx%20%23Yo%20OR%20%23soy%20OR%20%23132%20OR%20%231DMx%20since%3A2012-09-27%20until%3A2012-12-03&src=typd](https://twitter.com/search?f=realtime&q=%40lesliedaf92&src=typd)

Imagen 5. Leslie Malik [Lesliedaf92]. (2014, octubre 4). Por si no lo recordabas. Recuperado de <https://twitter.com/search?f=realtime&q=%40lesliedaf92&src=typd>

Imagen 6. Yo Soy 132 [YoSoy132Media]. (2012, julio 5). Recuperado de <https://twitter.com/search?q=elecciones%202012%20yo%20soy%20132%20elecciones%20OR%202012%20OR%20yo%20OR%20soy%20OR%20132%20since%3A2012-06-27%20until%3A2012-07-10&src=typd>

Imagen 7. Yo Soy 132 [YoSoy132Media]. (2012, mayo 23). Recuperado de <https://twitter.com/search?q=m%C3%A1s%20de%20OR%20131%20OR%20estudiantes%20de%20OR%20la%20OR%20Ibero%2C%20OR%20Pen%20OR%20Nieto%2C%20OR%20132%20OR%20alumnos%20since%3A2012-05-18%20until%3A2012-05-24&src=typd>

Imagen 8. Yo Soy 132 [YoSoy132Media]. (2012, mayo 11). Recuperado de <https://twitter.com/search?q=m%C3%A1s%20de%20OR%20131%20OR%20estudiantes%20OR%20yo%20OR%20soy%20OR%20132%20OR%20universidad%20OR%20Ibero%20OR%20pe%C3%B1a%20OR%20nieto%20since%3A2012-05-11%20until%3A2012-05-12&src=typd>

Imagen 9. Yo Soy 132 [YoSoy132Media]. (2012, mayo 11). Recuperado de <https://twitter.com/search?q=m%C3%A1s%20de%20OR%20131%20OR%20estudiantes%20OR%20yo%20OR%20soy%20OR%20132%20OR%20universidad%20OR%20Ibero%20OR%20pe%C3%B1a%20OR%20nieto%20since%3A2012>

[-05-11%20until%3A2012-05-12&src=typd](#)

Tabla 1. Elaboración propia.

Tabla 2. Elaboración propia.

Tabla 3. Elaboración propia.