

La construcción simbólica de un actor público/social: el movimiento #YoSoy132 desde la Comunicación Pública

The symbolic construction of a public/social actor: the movement #YoSoy132 seen from the perspective of Public Communication

Ari Alan Delgado Rodríguez
ari.alan97@gmail.com
Larisa Elizabeth García Zepeda
larisaegz1998@gmail.com

Licenciatura en Comunicación Pública
Universidad de Guadalajara
Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades

Resumen

El presente artículo considera que el movimiento social #YoSoy132 es un actor público/social a partir de una construcción simbólica concebida por los medios de comunicación. Se toma el concepto de Poder Simbólico de Thompson para referenciar los elementos que conforman esta afirmación y así concluir con un análisis de su proceso de legitimación como ente mediático.

Palabras clave

Comunicación Política, Movimiento Social, Construcción Simbólica, Actor Público-Social, John B. Thompson.

Abstract

This article considers that due to a symbolic construction conceived by the media, the social movement #YoSoy132 is a social/public actor. Thompson's concept of Symbolic Power is used to reference the elements that make up this statement and conclude with an analysis of its consolidation as a social/public actor.

Keywords

Political Communication, Social Movement, Symbolic Construction, Social-Public Actor, John B. Thompson.

Realizado: mayo del 2019
Recibido: septiembre de 2019
Aceptado: noviembre de 2019



Perspectivas: medios y política

Al pensar en medios de comunicación y política, varias veces nos asaltaba el ejemplo del movimiento social #YoSoy132, quien erigió un estandarte de disidencia al confort de la información impartida por los medios en México. ¿Por qué atribuir un tema como “medios” y “política” a este movimiento? Es una de las preguntas que nos hacíamos justamente con la precisión temporal en la que vivimos actualmente. Incertidumbres sociales ante los sesgos de seguridad nacional, una crisis generacional de violencia, miedo y movimientos colectivos que acatan las prioridades éticas civiles: exigir en el espacio público una deliberación democrática.

El fenómeno de aquel 2012 ocurría desde diferentes ópticas, una de ellas era netamente identificar al movimiento como aquel que se enfrenta hacia las imperfecciones políticas del entonces candidato a la presidencia, Enrique Peña Nieto, y no olvidar los diferentes hechos que le atañían como aquel lamentable capítulo de San Salvador Atenco. O era verlo desde el lado de una nueva forma de acción política, aquella participación que a partir de las redes sociales de Internet consensuaron un fin común para entender que puede haber organización y la capacidad de visibilizar aquello que creían debía ser público.

“Los medios están continuamente presentes: son los transmisores de la mayoría de los mensajes que se entrecruzan en el escenario de la política. Con ello contribuyen a la identificación de las cuestiones políticas, a la elaboración de propuestas alternativas de regulación y al éxito o fracaso de su aceptación y aplicación.” (Vallès, 2006b. p.279)

Con la cita anterior, Josep Vallès describe claramente la posibilidad y la casi dualidad de los medios de comunicación y la política, es por ello que se tomará su descripción como punto de partida hacia la búsqueda de una significación del movimiento y la esfera mediática que se creó con estos términos, una acción política dentro de los media y su construcción mediante el poder simbólico, el cuál concluiría, tentativamente, en un actor público/social.

Hasta el momento, es necesario aclarar que dentro del artículo hay una delimitación propia del fenómeno a investigar. Primeramente, se introducirá el contexto del movimiento social, considerando algunos hechos y fases fundamentales con el fin de enmarcarlo hacia la búsqueda de la “construcción simbólica”. Posteriormente, se hará un recorrido conceptual, el cual nos ayudará a referenciar los diferentes elementos del #YoSoy132 que consideramos prudentes para identificarlo como un “actor público/social”.

Se asentarán las propuestas más sólidas con algunos de los conceptos de la Teoría de los Media y la Modernidad (1998) de John B. Thompson, ya que concentramos la mayor parte del trabajo en el concepto del Poder Simbólico, que más adelante será explicado como parte del marco teórico. Además, se fundamentará el artículo con una materialidad aplicada, que consiste en consultar notas de prensa que denoten realmente la importancia del movimiento, intentando buscar los elementos por los cuales la prensa resalta, como la afirmación que es un movimiento social mediático, un movimiento que destacó su poder realmente simbólico, y el cómo fue utilizado con fines de cumplir sus objetivos para la visibilización.

A partir de lo anterior, es menester conceptualizar los diferentes puntos de por qué es pertinente el tema con la comunicación pública y denotar que, intrínsecamente, existe una correlación del mismo. Primeramente, es la nueva forma de acción política que centraliza una concepción de intervención para un cambio y/o la muestra de inconformidad, en este caso, el rechazo a la imposición mediática. Aquella nueva forma de accionar se desarrolla dentro de un espacio, que son las redes sociales, en las que se plantea esta dinámica del ciberactivismo como principal herramienta de cohesión, por lo que se podría consolidar como una arena donde se “puso en marcha procesos de concertación social para la movilización, a partir del consenso y el disenso, bajo un norte orientador que es la negociación de propósitos colectivos” como lo describe Carlos Galvis y Horacio Botero



(2012), quienes proponen este proceso como una parte de la Comunicación Pública.

¿Cómo surgió y qué fue el #YoSoy132?

Se plantea una breve contextualización de qué fue el movimiento y cómo se fue formando, justamente para entender el fenómeno y sobre qué se estaban manifestando.

El movimiento #YoSoy132 comienza el 11 de mayo con la visita de Enrique Peña Nieto al foro “Buen ciudadano” en el auditorio José Sánchez Villaseñor de la Universidad Iberoamericana, en la Ciudad de México, en donde un grupo de estudiantes autodenominados como “los presidenciables” lo esperaban con pancartas, máscaras del ex presidente Carlos Salinas De Gortari, la fuente del campus teñida de rojo y preguntas incisivas que cuestionaban sus acciones como gobernador del estado de México (2005-2011), los enfrentamientos violentos de San Salvador Atenco en 2006 y sobre sus nexos con Elba Esther Gordillo y Televisa.

Dichas protestas fueron organizadas por los alumnos de la Universidad Iberoamericana en un grupo de Facebook del que el diario El Universal ya había publicado una nota, la cual llegó a manos de Carmen Aristegui quien le realizó una entrevista telefónica al ex presidente en su programa de radio, durante la entrevista la periodista advirtió a Peña Nieto y lo cuestiono al respecto a lo que respondió:

“Pues mira Carmen estamos en tiempos electorales, la universidad es un espacio libre y en el espacio libre y además de campaña, no me parece que sea ni genuino ni natural pero soy total y absolutamente respetuoso, voy a un encuentro con los universitarios a presentar mi propuesta y seré absolutamente respetuoso de lo que eventualmente se prepare, porque no se me escapa saber que estamos en campaña y que los adversarios dada la condición de ventaja que hoy tenemos, pues van a hacer todo y montar show y demás. En ánimo de hacer señalamientos y descalificaciones a tu servidor”. (Morales Sierra, 2014, p.13)

Después de lo sucedido en las instalaciones de la Universidad Iberoamericana 3 políticos afines al PRI hicieron las declaraciones que desataron el movimiento: el presidente del PRI Pedro Joaquín Coldwell describió a los estudiantes como: “un puñado de jóvenes que no son representativos la comunidad de la Universidad que asumió una actitud de intolerancia respecto de los planteamientos que hacia nuestro candidato”. Por su parte Arturo Escobar y Vega senador del PVEM comentó en una entrevista telefónica: “La mayoría de los que abanderaron esta parte final del acto no son estudiantes de la ibero (...) la información que se nos da al final (del evento) es que grupos cercanos a Andrés Manuel López Obrador (...) estuvieron organizando a estos jóvenes para que provocaran al candidato.” Posteriormente Emilio Gamboa, patrón líder de la Confederación de Organizaciones Populares del PRI dijo a la prensa “fue un boicot, una trampa, una actitud porril, provocadora, pero el candidato no cayó en eso” (Estrada Saavedra, 2014).

Gracias a dichas declaraciones, los estudiantes decidieron ejercer su derecho de réplica para desmentir a los políticos que los acusaban de “porros”. Ana una integrante de los presidenciables declara que ella y su amigo Rodrigo acordaron hacer una convocatoria para que sus compañeros subieran un video en donde mostrarán su credencial de estudiante para acreditar que eran estudiantes y que participaron en las protestas del 11 de mayo. Para el 14 de mayo ya había 131 videos en el que los alumnos respondían a los políticos de la siguiente manera:

“Estimados Joaquín Coldwell, Arturo Escobar, Emilio Gamboa, así como medios de comunicación de dudosa neutralidad usamos nuestro derecho de réplica para desmentirlos. Somos estudiantes de la ibero, no acarreados, no porros, y nadie nos entrenó para nada (...). (Estrada Saavedra, 2014, p. 91)

La primera marcha realizada por el movimiento que hasta el momento funcionaba con el nombre Somos Más que 131 se realizó el 18 de mayo, partiendo desde la Universidad Iberoamericana hasta las instalaciones de Televisa en Santa Fe para protestar contra su política informativa, fue en esa



marcha que se unieron al movimiento alumnos de otras universidades como el ITAM, la UNAM, la Universidad del Valle de México y el Tec de Monterrey. Durante esta marcha decidieron acudir ese mismo día a otra marcha contra Enrique Peña Nieto. Hasta este momento Somos Más que 131 aun no se constituía como un movimiento estudiantil, este proceso se dio entre el día 18 de mayo y el 26 de mayo, día que se realizó la asamblea de Las Islas en la UNAM, para este momento alumnos de varias universidades públicas y privadas de la capital se sentían identificados con los valores e ideales de la agrupación. (Estrada Saavedra, 2014)

El 30 de mayo se organiza la primera asamblea universitaria en la UNAM, con una asistencia de 7 mil personas de más de 25 universidades. Para este momento ya existían representantes de cada universidad y ya se sabía que la organización sería del tipo democrática y horizontal, esta preparación se debía a que a esta asamblea le precedían otras, de hecho, una semana antes, es decir el 23 de mayo ya se había publicado un pliego petitorio y un código de ética general. Después de esto se instituyó a la Asamblea General Interuniversitaria (AGI) como el órgano de autoridad máxima para el movimiento, esta asamblea general se conformaba por 130 Asambleas Locales Autónomas (ALA).

Después de la primera marcha y de la adhesión de estudiantes de otras universidades y de la sociedad civil en general se consolida el movimiento con el nombre yo soy 132 acuñado por Denisse Dreser y un estudiante de Guadalajara (@aochoad en Twitter) quien publicó un tuit la noche del “viernes negro” de Peña Nieto (nombre que se le dio al 11 de mayo) con el hashtag, sin embargo el nombre no fue adoptado hasta tiempo después. El #YoSoy132 cumplió cuatro de sus objetivos estipulados en el pliego petitorio en tan solo 40 días, estos fueron: la transmisión masiva del segundo debate presidencial, la creación de un tercer debate, la participación de sus integrantes como observadores electorales y la apertura informativa de ciertos medios de comunicación. (Morales Sierra, 2014)

Así fue como se integró el movimiento y se comienza ya con el primer punto de visualización de los medios como la plataforma YouTube, que sirvió primeramente como escenario de esclerosis, desmentido y aclaración, por lo tanto es cuando se empieza a considerar al movimiento como un movimiento mediático, además de conocer que pretendía un enfrentamiento como la democratización de los medios en busca de su neutralidad.

Dentro de la Comunicación Pública

Se trata de solidificar el hecho de que el movimiento social #YoSoy132 fue un actor público/social colectivo a causa de una visibilización pública y social a través de los medios de comunicación, sobre todo el espacio en redes sociales, los cuales fungieron como el “medio técnico”, por el que la información del movimiento en potencia, como las ideas y los puntos comunes de convergencia, se transmutó en un elemento simbólico del debate que se estaba generando ya alrededor de la problemática. El elemento simbólico es la materia prima que impulsa tanto el discurso como la finalidad del movimiento en relación a los puntos de partida que se planteaban, como la inconformidad, la necesidad de acción, democratización y el descubrimiento de los manejos tendenciosos de los medios de comunicación.

A partir de lo anterior, es menester conceptualizar los diferentes puntos de porqué es pertinente el tema con la comunicación pública y denotar que, intrínsecamente, existe una correlación del mismo. Primeramente, es la nueva forma de acción política que centraliza una concepción de intervención para un cambio y/o la muestra de inconformidad, en este caso, el rechazo a la imposición mediática. Aquella nueva forma de accionar se desarrolla dentro de un espacio, que son las redes sociales, en las que se plantea esta dinámica del ciberactivismo como principal herramienta de cohesión, por lo que se podría consolidar como una arena donde se “puso en marcha procesos de concertación social para la movilización, a partir del consenso y el disenso, bajo un norte orientador que es la negociación de propósitos colectivos” como lo describe Carlos Galvis y Horacio Botero (2012), quienes proponen este proceso como una parte de la Comunicación Pública.



Los Media y la Modernidad

Para el presente trabajo, se utiliza el marco referencial teórico Los Media y La Modernidad, una teoría de los medios de comunicación de John B. Thompson, quien actualmente es profesor de Sociología en la Universidad de Cambridge, Inglaterra.

El autor desarrolla esta teoría con el fin de dar importancia al desarrollo de los medios de comunicación en las sociedades modernas a partir de la examinación detenida de la naturaleza de la comunicación mediática y la emergencia de las industrias mediáticas. (Thompson, 1998. p.11)

Lo que motiva al autor a hacer todo un trabajo dedicado a la influencia de los medios de comunicación en la sociedad contemporánea es a partir de percatarse que diferentes autores y escritores clásicos no prestan atención a los medios como tal, olvidándose de ellos, ya que consideran a los media como superficiales y efímeros dentro de una expectativa de estudios sociales. (Chávez, 2002. p.152) Sin embargo, entre una de las principales intenciones de Thompson es que aquella pretensión de conocer la modernidad se tiene que dar a partir de conceder un papel central al desarrollo de los media.

Por explicar genéricamente, la teoría concentra diferentes elementos que la componen, generando toda una referencia a la teoría social por la que se pudiera comprender un poco más de las instituciones que rigen nuestra contemporaneidad. Estos elementos son conceptualizaciones desarrolladas a partir de lo que se denominan contenidos simbólicos, por los cuales se identificarían como aquellos que producimos e intercambiamos cotidianamente.

En primera instancia, la teoría enumera diferentes temas por los que se puede encontrar un acercamiento a la explicación de la comunicación y un contexto social actual, donde describe los principales conceptos que sustentan la teoría, o a nuestro parecer, los más significativos para la comprensión teórica del significado de poder y cuatro diferentes distinciones que se plantean para entender a las instituciones actuales. Posteriormente, la esclarecencia del rol tan importante de los medios de comunicación, que influyen y hacen referencia dentro de las sociedades que nos conciernen, temporalmente hablando.

Explica diferentes interacciones con lo mediático, lo cual conlleva a desarrollar una capacidad de acción y visibilidad a partir de ello. La dicotomía público-privado, que resulta ser uno de los temas que más conciernen a la teoría conceptualmente hablando, para comprender el uso y las limitaciones de un mundo mediático. Finalmente, la siguiente cita considera la esencia más importante, de manera resumida, de la teoría de los Media y la Modernidad:

“El desarrollo de los medios de comunicación -desde las primeras formas de impresión hasta los recientes tipos de comunicación electrónica- constituye una parte integral del surgimiento de las sociedades modernas. El desarrollo de los medios de comunicación se mezcló de manera compleja con un determinado número de procesos de desarrollos paralelos que, tomados conjuntamente, constituyen lo que hemos convenido en llamar la “modernidad”. (Thompson, 1998. p.15)

Después de haber conocido la propuesta teórica de Thompson, es necesario rescatar aquellos conceptos que respaldarán el artículo en cuanto a un sustento referencial del movimiento social. Cada concepto contempla dar relevancia a los elementos clave de la investigación, es decir, dar significado a aquel fenómeno contextual que se busca para identificar la “construcción simbólica” del movimiento como actor público/social.

Los conceptos de poder simbólico y medio técnico (technical medium) son los que más se aproximan a la búsqueda de una interpretación más objetiva de los principales elementos que forman al movimiento #YoSoy132 como un movimiento con poder mediático, con capacidad de acción y como un actor público/social que se construyó simbólicamente.



Primeramente, para entender de manera clara el concepto de poder simbólico es necesario conocer el significado de poder como tal. Thompson resalta que el poder es la capacidad para actuar de acuerdo a la consecución de los propósitos e intereses de cada uno, la capacidad de intervenir en el curso de los acontecimientos y de afectar a sus resultados. Al ejercer el poder, los individuos emplean los recursos que tienen a su alrededor; los recursos son los medios que les permiten alcanzar sus objetivos de manera efectiva. (Thompson, 1998. p.29)

Por lo tanto, el poder ya se puede relacionar con lo simbólico a través de una definición propia del autor, quien dice que el poder simbólico:

“Es la capacidad de intervenir en el transcurso de los acontecimientos, para influir en las acciones de los otros y crear acontecimientos reales, a través de los medios de producción y transmisión de las formas simbólicas. [...] Procede de la actividad productiva, transmisora, y receptora de formas simbólicas significativas. La actividad simbólica es una característica fundamental de la vida social, a la par de la actividad productiva, la coordinación de los individuos y la coerción.

Los individuos emplean varios tipos de recursos designados como medios de información y comunicación y otros recursos con el fin de llevar a cabo acciones que podrían interferir en el curso de los acontecimientos y desencadenar consecuencias de varios tipos. Las acciones simbólicas podrían dar lugar a un incremento de las reacciones, podrían llevar a otros a actuar o responder de determinadas maneras, y dar preferencia a un tipo de acción antes que a otro para creer o dejar de creer, para afirmar su apoyo a asuntos del Estado o implicarse en una revuelta colectiva.” (Thompson, 1998. Pp. 33-34)

Explicado de manera personal, el poder simbólico contrae todo lo que en su momento entendemos como poder, que es una capacidad (como ya mencionado) que destaca la posibilidad de intervenir, modificar y/o actuar contra aquello que se desea influir. Así mismo, un poder simbólico se consolida a partir de atribuciones que la gente otorga o que simplemente aquella institución que lo maneja, como la Iglesia, la escuela y/o los media, nos da la oportunidad de simbólicamente darle ese permiso de intromisión y operación de confianza ideológica.

Por otra parte, se utiliza también el concepto de medio técnico, que dentro de la teoría se define como el sustrato material de las formas simbólicas, esto es, los elementos materiales con los que, y a través de los cuales, la información o el contenido simbólico se fija y transmite de un emisor a un receptor. (Thompson, 1998. p.36) Los medios técnicos, y la información o los contenidos simbólicos almacenados en ellos, pueden, posteriormente, utilizarse como un recurso para el ejercicio de las diferentes formas de poder por lo que la utilización de medios técnicos ofrece a los individuos nuevas maneras de organizar y controlar el espacio y el tiempo para lograr sus propósitos.

Con base en la explicación anterior, es claro identificar qué son y para qué habrían de utilizarse estos medios, ya que es explícita la manera en que las formas simbólicas pueden aplicar su poder. Estos medios resultan ser los media, que como ya visto anteriormente, son quienes conforman un elemento fundamental para el desarrollo de las sociedades contemporáneas, así como los que aportan gran parte de las atribuciones para la construcción de un poder, y que, de manera posterior, se le pueda consagrar a algún actor público/social para completar sus objetivos.

¿Qué dicen las notas periodísticas?

Por consiguiente, se proseguirá con el respectivo desarrollo y análisis. Para la comprensión de aquella construcción simbólica que se busca del movimiento, propusimos consultar notas de prensa escrita que denoten realmente la importancia del movimiento, intentando buscar los elementos por los cuales la prensa resalta, como la afirmación que es un movimiento social mediático, un movimiento que destacó su poder realmente simbólico, y el cómo fue utilizado con fines de cumplir sus objetivos para la visibilización.

Se analizará si existe alguno de los elementos mencionados anteriormente. Identificar cuál es



la cobertura y el discurso que manejan a partir de lo que ellos interpreten del movimiento. A través de estos ejemplos es necesario interpretar y señalar todos aquellos conceptos que nos ayuden a afirmar aún más que el movimiento fue una construcción simbólica, que por lo tanto, transmutó a convertirse en un actor público/social.

Esto con la finalidad de hacer una comparación informativa de cobertura, e identificar el discurso dentro de las notas, para diferenciar y encontrar la evolución ideológica del movimiento y las diferentes etapas de como se ha considerado el movimiento en niveles de poderío simbólico. Consideramos pertinente hacer esto ya que creemos que las noticias y la cobertura mediática crean una atmósfera de credibilidad discriminando al movimiento de una o tal manera y una posible medición de la legitimidad en cuanto a significaciones simbólicas que fue adquiriendo el movimiento como tal.

Las tres notas fueron seleccionadas con una única característica, la temporalidad. La primera nota es del mismo día del altercado en la Universidad Iberoamericana, el 11 de mayo del 2012, tiene por título “La visita de Peña Nieto, motivo de abucheos de estudiantes de la Ibero” publicada por Expansión de CNN. La segunda nota corresponde a un año de la fecha, el 11 de mayo del 2013, y tiene por título “A un año del #YoSoy132” publicada por Sopitas.com. Y la tercer y última nota tiene por nombre “#YoSoy132: a 6 años del movimiento estudiantil que politizó a la generación ‘millennial’ en México”, redactada por RT en español.

Primera nota

Conforme al análisis de la primera nota, resulta una nota genérica en cuanto a la narrativa que esta emplea, justamente con el fin de informar la situación recién ocurrida en ese momento, sin embargo, sí existen un elemento que nos ayudará a posicionar que, gracias a los medios, puede haber una intervención política a ideológica dentro del comienzo del movimiento. Un extracto que se refiere a esto es el siguiente:

“Venimos solo con el ánimo de apoyar a Peña Nieto, aprovechamos nuestro liderazgo a través de las redes para posicionarlo entre los jóvenes y hoy estamos aquí para respaldarlo”, dijo a CNNMéxico, Paris Piñera integrante del movimiento y quien dijo ser abogado egresado del ITAM.” (Expansión, 2011)

El posicionamiento considera una de las primera afirmaciones, que comunicación es acción (Thompson, 1998). Aquí el sujeto toma de manera preliminar que la visibilización y el posicionamiento es una forma de acción dentro del medio, por lo tanto aquí se nota ya uno de los atisbos de acción, comunicación y política. Vallès considera que las opciones políticas están obligadas a mantener una postura: el personaje que abandera una propuesta política adquiere mayor relieve que el contenido de la misma. (2006b. p. 382)

En este apartado solamente existe esta limitación en cuanto al fenómeno, ya que apenas iba comenzando, aún no emergía la movilización a posteriori del altercado en la universidad. Sin embargo, a continuación la información presentada nos permitirá entrar más en materia.

Segunda nota

“El despertar civil contra la manipulación informativa” dice uno los carteles que más se difundieron en el movimiento. En este segundo apartado se comienza ya con las tendencias a la manifestación informativa. La nota de Sopitas.com comienza con “los ataques mediáticos y las campañas políticas que nos atascan de basura y caras feas las calles, año con año, tenían al país sumido en la apatía de no tener una nueva opción...”

Nuevamente aparece un calificativo a la acción mediática, “ataques”, justamente con los spots de las campañas presidenciales del 2012, en donde consideran mensajes de promesa y demás



discursos que buscan la fiabilidad de las personas. Todo poder político ha visto siempre a los medios como instrumentos de control y de intervención en las relaciones sociales: en otras palabras, como recursos para reforzar su legitimidad y erosionar la de sus contrincantes, dice Vallès.

“Los ataques por todos lados sólo aumentaron más la llama, eran los medios y la manera en que presentaban la información lo que indignaba más. Titulares de los periódicos que minimizaban las protestas, noticias en la televisión y en la radio que se burlaban de los jóvenes con un cinismo.” (Sopitas.com, 2013)

Es entonces cuando estalla la movilización con el video de 131 estudiantes que desmintieron las falsas declaraciones (como ya mencionado a principios del artículo) de las figuras públicas, acusándolos de porros y revoltosos ante críticas sin fundamento. Resulta conveniente mencionar también las falsas declaraciones de el Sol de México, que en sus portadas de los diferentes periódicos del país, proyectaban titulares como “Éxito de Peña Nieto en la Ibero pese a intento orquestado de boicot”.

Conforme en este suceso, la indignación en la recepción de esta mentira, Thompson nos ayuda con una afirmación: “Incluso en las circunstancias estructuradas de la comunicación masiva, los receptores tienen capacidad para intervenir y contribuir en el curso y contenido el proceso comunicativo”. (1998. p. 45)

La acción comienza desde aquel video publicado el cual fue uno de los pasos donde representó más presión contra el actor de los medios de comunicación. “¿Los triunfos del movimiento? lograr más y más cobertura mediática obligando a los medios a que grabaran algo que no querían: la inconformidad que tenía la ciudadanía con ellos.” (Sopitas.com, 2013)

Después de un año, ya se mencionaron algunas características del movimiento como ente mediático, es decir, su capacidad de difusión en la que se denotaba la más y explícita petición, la democratización de los medios de comunicación, en donde se forjara la neutralidad política e ideológica y su capacidad de interacción e intervención.

“La irrupción de Internet como un ciberespacio de contacto ilimitado ha significado una nueva transformación en las relaciones entre política y comunicación.” (Vallès, 2006b. p.384)

Finalmente, consideramos que la nota es de manera notable, perteneciente y simpatizante del movimiento, ya que fundamenta diferentes posturas con relación a los objetivos del movimiento y además, es una redacción periodística pero sin tanta rigurosidad, por lo tanto incluyen jerga juvenil. Utilizan una narrativa congruente y no identificamos más que una postura de apoyo.

Tercera nota

Esta nota, a diferencia de las otras, es después de 6 años, en donde se plantea primeramente lo que fue el movimiento y quiénes fueron los principales actores de este. Por lo tanto, aquí es donde se nota una evolución en la que ya impulsados, el movimiento es caracterizado como una movilización mediática y como la muestra de la capacidad de los jóvenes. “Pero algo había ocurrido en México, pues aquel acontecimiento cambiaría la vida de muchos jóvenes que hoy ocupan espacios en medios de comunicación, organizaciones civiles y cargos públicos desde donde buscan otras formas de hacer política.” Se lee en la nota (RT, 2018).

Maneja una redacción sobria y muy explicativa del caso, junto con una narrativa sintética y rápida. Solamente se enfocan en “una generación políticamente activa”, que incluye a personajes como Pedro Kumamoto, Carlos Brito, Antonio Attolini, Lucía Rojas. Con base en lo anterior, los actores sociales mencionados están activos, por lo tanto consideramos que el movimiento fue un impulso de carrera política que les ayudó a sobresalir con un discurso de la búsqueda de un cambio en el México contemporáneo.



Reflexión de las circunstancias

Después de haber hecho el análisis delimitado del contexto y el fenómeno del movimiento a partir de las notas periodísticas, proseguiremos con una respectiva reflexión en la que concluimos en algunas afirmaciones con base en los conceptos de Thompson y demás autores.

Para buscar entre todo esto la “construcción simbólica” la identificamos como aquellas atribuciones que las personas otorgan a la información o algún hecho, en la que durante la atracción y concentración de estas perspectivas, miradas y fiabilidades, lo que se construye simbólicamente está siendo concebido.

Al igual que la metáfora de la bola de nieve, se considera como una acumulación continua de elementos y composiciones heurísticas del significado, es decir, toda aquella significación que ya está como denotación, podemos atribuirle/añadirle diferentes acercamientos de confianza y nos convertimos en sujetos capaces de aceptar la información que se nos da a cambio, en este caso, el movimiento nos intercambia posturas ideológicas y políticas.

No se puede identificar, por ejemplo, cuándo ya existe una finalización de la construcción, ni hallar una cartografía que nos conceda la capacidad ética e intelectualmente para saber si ya hay una consolidación total de esto, pero lo que sí se puede asegurar es que esto se da justamente con la ayuda de otro actor, siendo los medios de comunicación quienes otorgan esta capacidad de atribución y selección de la construcción, como afirma Thompson, “en el proceso de recepción, los individuos utilizan los materiales simbólicos para sus propios propósitos”. (1998)

Es entonces que, para encontrar al actor público/social, se tiene que saber la capacidad de poder que este tendría es gracias a lo anterior. Thompson define al poder como la capacidad para actuar de acuerdo a la consecución de los propósitos e intereses de cada uno, la capacidad de intervenir en el curso de los acontecimientos y de afectar a sus resultados (1998).

Caracterizamos al movimiento #YoSoy132 como un actor público/social con base en esta afirmación de Isabel Rauber, que considera a los

“actores sociales como todos aquellos grupos, sectores, clases, organizaciones o movimientos que intervienen en la vida social en aras de conseguir determinados objetivos particulares, sectoriales, propios sin que ello suponga necesariamente una continuidad de su actividad como actor social, ya sea respecto a sus propios intereses como a apoyar las intervenciones de otros actores sociales. Existe una relación estrecha entre actores sociales y sujetos: ser sujeto presupone que se es un actor social, pero no todos los actores llegarán a constituirse en sujeto. Los actores tienden a constituirse en sujeto en la medida que inician un proceso (o se integran a otro ya existente) de reiteradas y continuas inserciones en la vida social, que implica —a la vez que el desarrollo de sus luchas y sus niveles y formas de organización—, el desarrollo de su conciencia.” (2006, p.3)

Al conocer que es considerado como un actor además del poder que concentra, nos consta que este, es resultado de todas aquellas atribuciones (reiterando) que se les otorgó mediáticamente. Hay dos vertientes que dividen la visión del movimiento, una es que sea visto el movimiento como tal, con su nueva forma de acción en redes, y la otra es que el objetivo de este haya sido la búsqueda de una democratización de los medios de comunicación, dejando de lado una opacidad intelectual y de información. Por lo tanto, estas dos características las tomamos en cuenta ya que ambos fines son parecidos, concentran elementos de poder, capacidad y simbolismos.

Con base en lo anterior ya nos percatamos de composiciones que nos ayudarán a entender los conceptos que para un principio íbamos a utilizar de Thompson, pues habremos de rescatarlos.

- Ya denotamos el poder simbólico, en el que gracias a este la influencia del movimiento en los medios de comunicación y la búsqueda la deliberación informativa social pudimos analizar su



evolución con la concentración de un poder ideológico común, y que horizontalmente nos concierne a todos los individuos. El elemento principal es que tuvo la capacidad de intervenir y actuar dentro del debate público y concentrar toda una interacción de la opinión pública.

- El otro concepto a recuperar es el de medio técnico. Al hablar de medios de comunicación nos referimos específicamente a medios, aquello que interviene entre la emisión y la recepción, por donde pasa el mensaje y eso es importante analizar. El medio técnico aquí es la plataforma YouTube, en la que dieron por vez primera el salto a la movilización, en donde desmentían y fueron capaces de intervenir en la vida política dejando un metamensaje, en el que aclararon la problemática y las falsas acusaciones.

Contradijeron por un medio, lo que la contraparte dijo por otro medio. Era un enfrentamiento de medios y de capacidades, por las cuales también peleaban los argumentos y las opiniones sujetas a una postura política y social.

Por lo tanto, los análisis nos sirvieron concretamente para observar la posición del movimiento durante diferentes años. En ellos simplemente conjeturamos que sí contemplan una narrativa en la que consideran al movimiento como un ente mediático y capaz de accionar e interactuar como un actor que le concierne a lo público y a lo social. ¿Será meramente una etiqueta? O ¿simplemente fue tan fuerte esto de los medios que así se le concierne siempre?

La siguiente cita nos introduce a una percepción desde la Comunicación Pública, en la que de manera tentativa, se inertará el caso.

“Los colectivos sociales se ubican en su proceso de lucha en torno a diversos ejes en el espacio social y también en el espacio simbólico, ejecutan acciones, construyen alianzas, adjudican valores y roles a los actores sociales y políticos con los que interactúan, se expresan discursivamente y conforman su identidad (Sánchez en Vera, 2015:55).”

Cuando ejecutan acciones es necesario contemplar a los medios quienes son los que acaparan la forma de intervención pública, por lo que, si no están dentro del interés mediático, es difícil que se concrete una objetivación de cambio. Rovira lo firma en la siguiente cita:

“Pero los movimientos sociales no controlan su propia imagen: aunque planean cómo van a manifestarse, dependen de la voluntad y las decisiones de agenda de los grandes medios, principalmente la televisión, que muchísimas veces ignora estos acontecimientos o que los tergiversa [...] Cuando los medios se convierten en el patrón de legitimidad de las protestas, adquieren gran influencia sobre la gente y, por lo tanto, sobre cómo interpretan a los movimientos sociales (Rovira en Vera, 2015: 84)”

Entonces coincidimos en que el movimiento #YoSoy132 no iba a atenerse a la visibilización mediática de las cadenas televisivas nacionales, la búsqueda de una acción colectiva y manifestación tuvo y tiene que ser regida por medios de neutralidad, en la que simplemente repliquen el derecho de alzar las decisiones e inconformidades.

“Es decir, los actores hacen esfuerzos estratégicos para dotar de sentido su movilización y exponer sus agravios. La comunicación es entonces una de las actividades principales de toda acción colectiva contenciosa. Todo movimiento social busca llegar a sensibilizar a una amplia opinión pública que considere sus protestas no como acontecimientos aislados, sino como parte de una exigencia razonable (de tener razón) de justicia (Rovira en Vera, 2015: 83).”

En conclusión, la acción política del movimiento está inserta dentro de la comunicación pública desde el aspecto de la intervención social, en la que a través de los medios hay una cooperación de acción y las relaciones públicas de los asuntos que nos conciernen públicamente. La movilización considera apropiaciones del espacio público y mediático, dentro de la esfera de lo político, en donde alcanzaron el objetivo de contener un bien común y la búsqueda de una democratización social e



informativa por parte de los medios.

La construcción simbólica es parte intrínseca dentro de la perspectiva de la comunicación, en la que gracias a los elementos mencionados en el punto I constituyen la aparición, la fiabilidad y la confianza con los actores a los que les atribuimos nuestra disposición ideológica, generando una morfología simbólica que nos afecta directa e indirectamente.

“Todo ello revela que en las democracias actuales sigue planteado el problema de conciliar dos exigencias: por un lado, las libertades de información y de expresión a las que tienen derecho los ciudadanos y, por otro, los requisitos de veracidad y de responsabilidad que deben satisfacer los medios de comunicación, especialmente cuando se han erigido en actores políticos de primera magnitud. (Vallés, 2006b p. 387).

Bibliografía

- Chávez, M.G. (2002). Una forma de compensar el olvido de los media. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Vol.VIII. Núm.15. Pp.151-154
- CNN. (2011). La visita de Peña Nieto, motivo de abucheos de estudiantes en la Ibero de Expansión
Sitio web: <https://expansion.mx/nacional/2012/05/11/la-visita-de-pena-nieto-divide-a-estudiantes-en-universidad-iberoamericana>
- Estrada, M. (2014). Sistema de protesta: política, medios y el #YoSoy132. Sociología (México), Vol. 29. No. 82.
- Galvis, C. y Botero, H. (2012). Comunicación Pública: mediaciones para la movilización social. Revista Observatorio, Vol.6: Pp. 27-43.
- Morales Sierra, F. (2014), El movimiento estudiantil #YoSoy132 antología hemerografica. Universidad Iberoamericana, Ciudad de México, México.
- Rauber, I. (2006). Luchas y organizaciones sociales y políticas: Desarticulaciones y articulaciones. Conceptos y fenómenos fundamentales de nuestro tiempo. Universidad Nacional Autónoma de México.
- RT. (2018). #YoSoy132: a 6 años del movimiento estudiantil que politizó a la generación ‘millennial’ en México. x, de RT Sepa Más Sitio web: <https://actualidad.rt.com/actualidad/271233-yosoy132-6-anos-movimiento-estudiantil-mexico>
- Sopitas. (2013). A UN AÑO DE #YOSOY132 de Sopitas.com Sitio web: <https://www.sopitas.com/noticias/a-un-ano-de-yosoy132/>
- Thompson, J.B. (1998). Los Media y la Modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Paidós: Barcelona
- Vallès, J. (2006b). Ciencia Política. Una Introducción. Editorial Ariel: Barcelona
- Vera, L. (2018). Afectos, emociones y comunicación de protesta por #YoSoy132: el estudio de los colectivos existe y mas de 131 en Ciudad de México (2013-2017). Universidad Iberoamericana.



