

La esfera pública en Internet. El caso de Youtube

VANIA ELIZABETH FAJARDO GALLARDO

Resumen: El nuevo espacio público está situado en Internet, la nueva manera de publicar contenidos en Internet es, sin duda, una de las herramientas más importantes de expresión para las sociedades actuales. El sitio web Youtube es una herramienta de análisis político, donde existe el espacio para la satirización de personajes políticos y situaciones, facilita a los usuarios compartir información parodiando a las figuras políticas en el contexto político mexicano e internacional¹. El caso de Youtube muestra el cambio de recepción de los usuarios de Internet, siendo aquellos productores de información y no sólo receptores de la misma.

Palabras claves: Palabras claves: Nueva esfera pública, medios de comunicación, video- escándalos políticos, parodia, Youtube.

Introducción

Hoy por hoy, vivimos en un mundo global donde el Internet forma parte esencial de la vida pública y privada de los individuos. Hoy, nos damos cuenta del poder de las redes sociales como Facebook, Twitter, MySpace; del poder de Wikileaks, que ha puesto a temblar a la Casa Blanca en los Estados Unidos a través de la filtración de documentos clasificados. Los blogs, que son el medio de expresión para muchos cibernautas.

Estamos situados ante una gran plataforma de información mundial, que forma parte importante de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC), constituye un medio alternativo de comunicación, cuya característica principal es la abundancia de contenidos que se tienen a la mano, más diversidad de fuentes de información donde el cibernauta tendrá que desarrollar la capacidad de hacer una selección crítica sobre la información que consulta y que ésta la más fidedigna y veraz posible.

En México según estimaciones de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) para mayo del 2010 existían 30 millones 600 mil usuarios de Internet¹; siendo éste un medio alternativo de comunicación, todavía no se logran implementar las Políticas Públicas adecuadas que garanticen a la población mexicana y mundial el acceso libre e igualitario a este servicio.

* Licenciada en Sociología

1 Octavio Islas, "Números de Twitter en México", www.eluniversal.com, citado en marzo del 2011.

Es preciso mencionar que el tema de la relación de los medios de comunicación- sociedad en el pasado no ha sido muy estudiado como lo es en los últimos tiempos, específicamente el tema del Internet como espacio de participación política es más reciente y no hay mucho material documentado al respecto, sólo en revistas especializadas en el tema de la Comunicación. Posiblemente porque es un fenómeno más reciente tanto Internet como Youtube, los blogs, las redes sociales, entre otros. Por ello este artículo tiene la intención de hacer un análisis sociológico sobre los usos sociales de las nuevas tecnologías de la información, como es Internet; así como recuperar el papel que juegan los receptores al hacer un uso social del medio, tal vez diferente de que como estaba pensado por sus creadores. La apropiación de ese espacio virtual como medio de expresión, pero también un medio de re significaciones de contenidos, para aportar conocimientos en el área de la Comunicación Social.

Bajo este contexto de la Sociedad Digital, se encuentra el fenómeno Youtube: (“Transmite tú mismo”), que representa una de las plataformas más conocidas e importantes a nivel mundial para compartir videos. Es también, un espacio de expresión social donde los cibernautas podrán parodiar y/o satirizar a personajes políticos y situaciones en las que se han visto envueltos. Y donde con un humor negro protestan mediante un video multimedia por las declaraciones y/o comportamientos de figuras políticas.

El presente trabajo abordará la problemática de los escándalos políticos en los medios de comunicación: concretamente lo que aconteció en el portal de Internet Youtube, en base a videos, como el caso del actual Gobernador de Jalisco Emilio González Márquez; cuando en el 2008 hace declaraciones polémicas según muestran los videos en un estado inconveniente o alcoholizado. El caso del video que muestra la discusión entre el Presidente de Venezuela Hugo Chávez y el Presidente de España, José Luis Rodríguez Zapatero sobre el ex Presidente de España, José María Aznar en el marco de la XVII Cumbre Iberoamericana 2007. El caso del ex Presidente de Estados Unidos de Norteamérica George W. Bush en sus últimos días como Presidente dando una conferencia de prensa en Medio Oriente. El caso de Felipe Calderón quien ha suscitado una polémica en relación al fuerte rumor de su problema grave de alcoholismo. Por último, el caso del escándalo del Gobernador de Jalisco, Emilio González Márquez, con sus polémicas declaraciones emitidas en abril del 2008 en un evento privado donde no fue invitada la prensa y donde se muestra en aparente estado de ebriedad insultando a los jaliscienses.

En este sentido, se puede decir que ante una serie de video-escándalos políticos surgieron grupos de discusión virtuales, posiblemente no con la seriedad y formalidad de otros espacios esto pero sí a la manera en que se puede comentar en Youtube, tal vez de manera irónica, sarcástica, es decir, con un sentido de humor negro.

Para este fin seleccioné los videos que a mi criterio son los más representativos, con la finalidad de responder las siguientes cuestiones: ¿Cómo se retoma lo político en Internet?, ¿Qué símbolos, asociaciones y referencias comunicacionales se presentan?, ¿Cuál es la concepción o imagen que se tiene de la política, ¿Cómo se da la interacción de los usuarios con las imágenes y el mensaje?

Considero que este fenómeno comunicacional y social es nuevo, ya que se da a través de la Internet y de manera masiva. La caricatura política existía desde hace mucho en la prensa escrita, pero ahora se ha

abierto otro espacio, un espacio dentro la red, más virtual, haciendo burla de la política y esa misma burla la hacen posiblemente personas comunes, que utilizan el Internet regularmente y que no necesariamente son periodistas o caricaturistas, sino que son personas que hacen uso de las Nuevas Tecnologías de la Información (NTIC) es decir, de la multimedia para crear a partir de un suceso político un video parodiando a dicha situación. No ha cambiado la burla a política, lo que ha cambiado es el medio y las herramientas de comunicación que los sujetos pueden utilizar para hacer uso de las nuevas tecnologías.

El objetivo de este trabajo es explicar el contenido de los videos parodiados acerca de temas políticos, analizar sociológicamente lo que lo acontece en este espacio virtual, Youtube, si éste facilita la aparición de nuevo espacio público virtual² como algunos teóricos lo han llamado.

La finalidad del presente trabajo es analizar qué es lo que sucede en este nuevo espacio público virtual (que algunos teóricos nombran). Es un nuevo espacio público porque ahora se hace uso de las NTIC, como es Internet; es nuevo porque se utiliza un medio alternativo para informarse sobre asuntos públicos y políticos.

Referencias Teóricas

Las referencias teóricas en las cuales se fundamentará el presente artículo son en los conceptos de escándalo mediático y político de Thompson, las explicaciones de Ignacio Ramonet acerca de la revolución tecnológica y el periodismo de este nuevo siglo; Internet ante el panorama democratizador con las aportaciones de Rheingold; así como las aportaciones del autor soviético Mijaíl Bajtín, sobre el papel social de la risa en las culturas populares quien analiza la función de la risa en la Edad Media y de la misma forma, las aportaciones de Samuel Schmidt sobre el papel de la risa y la cultura popular.

A. Una nueva era de la comunicación

Según Thompson, la comunicación es una actividad social que implica tres aspectos, la producción, transmisión y la recepción de contenidos simbólicos³. Esta última, las formas simbólicas necesitan de un medio técnico, que será el vehículo a través del cual se intentará transmitir dicha información.

Es aquí donde los medios de comunicación entran a formar parte de un esquema importante en el desarrollo de la vida social. Son tema de interés por que han generado nuevas relaciones sociales, tanto positivas como negativas, se ha incrementado la capacidad de conocer información, pero ésta por tener uno o varios dueño es susceptible a la manipulación, además no todos tienen acceso a ella.

Thompson pone en duda el que se pueda llamar a los medios, medio de comunicación, ya que: “los receptores de los mensajes mediáticos no actúan como participantes en un proceso recíproco de intercambio comunicativo sino como participantes dentro de un proceso simbólico de transmisión estructurada. De ahí que se hable de transmisión o difusión de mensajes mediáticos en vez de comunicación.”⁴.

2 Perales, Octavio (2008) “Esfera pública y medios electrónicos” en revista virtual www.razonypalabra.org.mx (última consulta junio 2008).

3 Thompson, John B. Los media y la modernidad, Barcelona : ed. Paidós;1998 p.36.

4 Íbid p.45.

Los medios de comunicación en el pasado, constituían el cuarto poder ya que podían criticar el poder desde fuera, pero hoy en día esto ha cambiado, ya que los media constituyen en sí mismos un poder⁵ puesto que los dueños de estos medios responden a intereses económicos y políticos.

En la discusión científica se plantea que estamos viviendo una revolución pero tecnológica y económica, donde se están extendiendo las nuevas tecnologías de la información; y en donde en el centro de todo se encuentra el mercado y la mercantilización, característica esencial de este Capitalismo Neoliberal en el que vivimos, que para su funcionamiento necesita que todo en este mundo tenga un precio, que sea rentable, es decir, que genere una ganancia. Así también la comunicación entra en esta dinámica del Capital donde la información no es para todos sino para aquellos que tienen el poder adquisitivo de poseerla, esto explica los grandes monopolios de hoy en día que controlan las telecomunicaciones.

Según Ramonet, la información ha pasado por tres momentos. En primer lugar, en el pasado la información era escasa, en la actualidad esta se da en forma abundante. En segundo lugar, la información era muy lenta, hoy en día es casi instantánea. Y tercero, la información no tiene valor en sí misma, es una mercancía, que está sometida a las leyes del mercado, de la oferta y demanda.

Para explicar cómo ha cambiado la dinámica de la información, se hace referencia al papel que jugaría actualmente el periodismo⁶. Sucede que el periodismo estaba organizada así: Acontecimiento- Intermediario-Ciudadano. Es decir, el acontecimiento era transmitido y analizado por el intermediario para hacérselo llegar al ciudadano. Esta relación, recalca Ramonet, ha cambiado de manera considerable, ahora la información dejó de estar triangulada, es decir, empieza a desvanecerse el papel del periodista, pero lo que prevalece sigue siendo el medio de comunicación, en la actualidad esta relación se establece así: Acontecimiento- Ciudadano, esto es para los medios de comunicación sea televisión, radio, prensa e Internet, quienes pretenden poner en contacto directo a los ciudadanos con el acontecimiento.

Por el otro lado se encuentran los ciudadanos que pueden hacer casi la labor de un periodista, es decir, periodismo ciudadano; por señalar un ejemplo: con sólo tener un teléfono celular con cámara con el que pueden grabar un acontecimiento y subirlo a la red, el ciudadano se convierte en testigo, es parte del acontecimiento pero esto conlleva una desventaja con la auto información el sistema culpa a los sujetos receptores si se comete algún error.

Ha cambiado también los sistemas de signos, es decir, antes teníamos por un lado el texto, el sonido y la imagen, en la actualidad estos tres están juntos para crear lo que se conoce como la multimedia, texto, imagen y sonido en una misma cosa, y en cuestiones técnicas, esto se ha favorecido a partir de cambiar lo analógico a lo digital, que este último permite una mejor manipulación del sonido, texto e imagen.

Los medios de comunicación en este sentido dan una ventaja a la información porque pueden volverla instantánea, el asunto es analizar la calidad de dicha información y el uso social que se

5 Entrevista a Ramonet, Ignacio, Centro de los Trabajadores Argentinos- Red Eco Alternativo, mayo 2000.

6 Ramonet, Ignacio "Periodismo del nuevo siglo" 1999 en <http://www.lafactoriaweb.com/articulos/ramonet.htm> (última consulta enero 2011)

le está dando. Es importante también considerar la recepción de los sujetos ante los medios de comunicación, ya que podría ser un proceso más dinámico. Abonando a esta discusión, Thompson⁷ expresa que la recepción se trata de un proceso hermenéutico, es decir, los sujetos se ven en la necesidad de interpretar los contenidos de los medios de comunicación o información para darle sentido a los múltiples mensajes que pudieran recibir. La hermenéutica hace a los sujetos parte de un proceso activo que requiere constantemente de los esfuerzo de este por comprender los mensajes que recibe, y por ello la recepción de un mensaje no la recibe de la misma manera todas las personas.

Me parece importante también retomar la reflexión de Ramonet cuando cuestiona el binomio entre mayor información, mayor libertad. Si nos ponemos a pensar en esto, en realidad hay un mar de información, muchas veces los medios nos bombardean porque es una gran cantidad la que estamos recibiendo constantemente. Tenemos distintas modalidades de medios de comunicación y cada uno de ellos difunde mensajes codificados, cada uno de nosotros tenemos que tener las habilidades necesarias (además del instrumento para enterarnos) y así poder descodificar dichos mensajes.

Así lo explica Thompson: “cuando los individuos codifican y descodifican mensajes, emplean no sólo las habilidades y competencias requeridas por los soportes técnicos, sino también variadas formas de conocimiento y presuposiciones que comprenden parte de los recursos culturales que se dan durante los procesos de intercambio”⁸

Lo que sucede hoy en día es que para un acontecimiento hay un exceso de información y esto puede llevarnos a la confusión, según Ramonet, en esto consiste la censura en la actualidad.

B. Los escándalos mediáticos y políticos. La visibilidad de los medios de comunicación

Thompson nos explica la relación entre el poder que poseen los medios de comunicación y su capacidad de hacer visibles a los actores sociales en la vida pública. El autor ha aportado con sus explicaciones una Teoría Social sobre los diferentes tipos de escándalos que pueden existir, entre los que en el presente trabajo interesan son: el escándalo político, mediático y financiero. El significado del término escándalo a lo largo de la historia, según explica el autor, tiene orígenes religiosos y más adelante tuvo connotaciones que expresaban indignación o ultraje moral, el comportamiento escandaloso llevaba a la desgracia u ofendía el sentido de la decencia⁹.

Este teórico afirma que, el escándalo se ha convertido en una característica muy relevante en la vida pública de las sociedades modernas, esto se debe a dos razones: “en primer lugar, a que los individuos que se mueven en la escena pública, son muchos más visibles de lo que jamás fueron en otros tiempos; y en segundo lugar, a que su capacidad para trazar una línea divisora entre su personalidad pública y su vida es mucho más limitada”¹⁰

7 Thompson, Op. cit p.64.

8 Ibid. p.43.

9 Ibid p.188.

10 Thompson, El escándalo político, Barcelona: ed. Paidós; p.360, 1998.

Parto de la definición de escándalo que aporta Thompson, “denota aquellas acciones o acontecimientos que implican ciertos tipos de trasgresión que son puestos en conocimientos de terceros y que resultan lo suficientemente serios para provocar una respuesta pública”¹¹. El escándalo, al que se refiere Thompson, es aquel de carácter público

El escándalo además de tener como componentes una serie de acciones, valores y normas transgredidas, según Thompson¹², implica también:

- a. Un cierto grado de conocimiento público sobre las acciones y acontecimientos.
- b. Un público compuesto que tiene conocimiento de ello.
- c. Un proceso por el que ese conocimiento se hace público o se vuelve visible, dichos acontecimientos o acciones son conocidos por terceros.

En este sentido, dicho autor le otorga un papel determinante a los medios de comunicación cuando se trata de un escándalo político:

“Dado que el escándalo presupone la exposición pública del discurso informante, se presta fácilmente a los medios de comunicación. Al utilizar medios de comunicación la prensa o los electrónicos como la radio, la televisión y la red, los individuos pueden expresar el oprobio en formas, que en virtud del propio medio, concedan a esa expresión la categoría de actos públicos de habla: es decir, de actos de habla que gracias a la naturaleza del medio, circulen en una esfera que haya dejado de encontrarse localizada en el tiempo y espacio”¹³.

En la medida en que ha aumentado la visibilidad de los individuos como figuras públicas, aunado a esto, está la creciente innovación tecnológica. Thompson explica que ha aumentado la visibilidad de aquello que anteriormente permanecía oculto, hoy en día se encuentra en el ojo público, es decir, con la transformación de la naturaleza del espacio público ha creado nuevas oportunidades para los líderes políticos, también ha creado nuevos riesgos¹⁴. La dicotomía entre lo público y lo privada como explica el autor, es lo que caracteriza también a las sociedades modernas, puesto que con la aparición de los medios de comunicación y la visibilidad que ellos hacen uso, la línea que separa lo público de lo privado, cada vez es más delgada. La definición de que este autor expone me parece pertinente: “Lo público que es público (...) es lo que resulta visible u observable, aquello que se realiza ante espectadores, lo que se expone ante muchos o a todos” para que sea visto u oído y tengan noticia de ello. Así la dicotomía entre lo público y lo privado tiene que ver con los público vs. Lo privado, con la apertura vs. El secretismo, la visibilidad vs. la invisibilidad”¹⁵

En cuanto al término del “escándalo mediático” refiere Thompson que no se trata de simples escándalos reflejados en los medios de comunicación sino que: “Son provocados, de modos diversos

11 Ibid. p.32.

12 Ibid.

13 Ibid. p.42.

14 Ibid. p.162.

15 Thompson, 1998, op.cit p.166.

y hasta cierto punto por los mismos medios. El alcance que tienen estos escándalos mediáticos se expande a una distancia considerable desde donde se originó. Son acontecimientos, que se desarrollan, al menos parcialmente, gracias a las formas de la comunicación mediata y que de este modo adquieren una notoriedad pública¹⁶ esos acontecimientos que están en el ojo público resultan visibles a los ojos de terceras personas que no estuvieron presentes directamente cuando ocurren dichas acciones.

Los escándalos financieros se basan en la malversación de dinero o fondos públicos ya que estos escándalos posiblemente “implican la violación de normas que rigen la adquisición de recursos económicos”¹⁷, como es el caso del Gobernador de Jalisco, Emilio González Márquez, en cuanto al asunto de la Macrolimosna, es decir, cuando se hizo pública la intención por parte de su administración de donar 90 millones de pesos, dinero que es parte del gasto público, a la Iglesia Católica para la construcción de el Santuario de los Mártires. Por su parte, los escándalos de poder se refieren a los abusos de poder que ejercen los funcionarios públicos.

Según afirmaciones de dicho teórico, si bien los medios de comunicación con su nueva visibilidad, han dado ventajas a los líderes políticos, ya que sus mensajes llegan a muchas más personas, de lo que antes se podían imaginar, pero esto a su vez ha traído ciertas desventajas.

“Dada la naturaleza de los media, los mensajes producidos por los líderes políticos se reciben y se comprenden de maneras que no pueden controlarse directamente. Por lo tanto, la visibilidad creada por los media puede convertirse en una nueva y distintiva fuente de fragilidad; el fenómeno de la visibilidad, puede salir de su cauce y a veces, actuar en contra de ellos”¹⁸

Esto es justamente lo que sucede con los video de escándalos políticos en Youtube, que he seleccionado para ejemplificar dicho fenómeno: por un lado, los políticos está tan expuestos a la visibilidad mediática, en la televisión y después de ahí son retomados en Internet, que muchas veces sus declaraciones públicas son objeto de mofas, chistes, ediciones graciosas y sarcásticas, y para su desgracia no pueden controlar el hecho de que millones de personas vean una y otra vez su comportamiento por más apropiado o ridículo que éste sea. Para Thompson, esto acarrea cuatro tipos de incidencias: las indiscreciones y los arrebatos, el tiro por la culata, la filtración y por supuesto el escándalo, del que ya hemos hablado anteriormente. Las indiscreciones y los arrebatos, son al parecer según explicaciones del autor, las causas más comunes entre los líderes políticos, representa un fracaso pues muestra al individuo como alguien incapaz de controlar su conducta y sus emociones. Coincido con lo que afirma Thompson acerca de que estos arrebatos e indiscreciones por parte de los líderes políticos no son nuevos, ”sino que con los nuevos medios de comunicación electrónica, pueden ser grabados en directo, vistos y oídos por millones, y retransmitidos incontables veces ante un casi infinito círculo de receptores”¹⁹.

16 Thompson 2001, op.cit p.92.

17 Ibid, p. 219.

18 Ibid. p.188.

19 Ibid.

Lo que sucede con este fenómeno mediático representa una desventaja para el personaje político, ya que el mensaje que ha enviado a otros usuarios ha servido para otras interpretaciones y posiblemente no producirá el efecto deseado sino lo contrario y el individuo que emite el mensaje se ve afectado, en este caso el personaje político. Me parece que es en estos casos cuando se resiente la disociación del espacio físico con el acontecimiento, pues no hay lugar para nuevas explicaciones o defensas por parte del emisor.

Los escándalos a lo largo del planteamiento que hace Thompson, ayudan a revelar actividades ocultas, de examinar las conductas y de exigir rendición de cuentas por parte de los que están en el poder. Los escándalos financieros han servido para dar a conocer formas de corrupción dentro de la política, que de otra forma hubieran pasado inadvertidas conductas ilícitas de políticos.

Es importante mencionar para el caso de los videos sobre figuras políticas en Youtube, las consecuencias sociales de los escándalos que Thompson expone; ya que a diferencia del pasado, hoy en día con los medios de comunicación los políticos como figuras públicas están más expuestos al escrutinio, a ser más vulnerables ante los escándalos, pero a la vez, se encuentran más expuestos a que salga a la luz pública aquello que sólo en privado podían decir, es decir, por una parte los medios de comunicación e información parece que se prestan a una mayor transparencia para los asuntos públicos, aunque no podemos olvidar que a su vez estos son controlados por personas con grandes intereses económicos y políticos. No es que no refieran toda la verdad, por eso se pone en sino que presentan la información en base a una serie de filtros que les conviene informarnos.

En cuanto a los fenómenos de filtración y escándalo, Thompson argumenta ciertas diferencias, la filtración es, “la revelación intencionada de información por parte de alguna persona de confianza que elige hacer público algo que sabe reservado... los riesgos que corre al hacer público los asume el delator pues “juzga que esa información debería ser del dominio público” (1998: 192). Estas filtraciones de información, considera Thompson, pueden generar escándalos.

Aunque habrá sus excepciones y muchos políticos tratarán de controlar aquello que se difunde sobre ellos, pero pocas veces lo logran pues saben que corren del riesgo de hacerse público eso que no les conviene, bien lo explica Thompson: “el ejercicio del poder político hoy día, por tanto, tiene lugar en una arena cada vez más abierta a la mirada”²⁰. El surgimiento del escándalo de la mano con la política hace que los ciudadanos, sientan desconfianza y desafecto hacia sus líderes políticos. Esto es parte de algo que el autor llama escrutinio global, que indica que existe un régimen de visibilidad creado por los medios en un escenario globalizado, eso significa que: “no sólo los líderes políticos ahora deben actuar en una arena abierta a las miradas a escala global sino que también los receptores son capaces de ver y tener experiencias que suceden al individuo distantes y de vivir acontecimientos de manera imposible anteriormente”²¹.

Los escándalos a lo largo del planteamiento que hace Thompson, ayudan a revelar actividades ocultas, a examinar las conductas y de exigir rendición de cuentas por parte de los que están en el

20 Op.cit p.195.

21 *Ibíd.* P.197.

poder. Los escándalos financieros han servido para dar a conocer formas de corrupción dentro de la política, que de otra forma hubieran pasado inadvertidas conductas ilícitas de políticos.

A continuación se presente dos breves apartados que explican los orígenes del Internet y el sitio web Youtube:

C. Sobre el ciberespacio

Una de las teorías de los orígenes de Internet, se remonta al Departamento de Estado, de Estados Unidos donde se utilizaba para una estrategia militar durante los conflictos de Guerra; veamos cómo en la actualidad esta idea original ha sido replanteada, por una parte, por los diseñadores de softwares y/o sitios de Internet, pero sin duda también por los cibernautas. Otro de los orígenes que se le atribuye a Internet, está ligada según Manuel Castells, a los verdaderos pioneros de estas tecnologías: los hackers, en el sentido sociológico, es decir, está ligada a sus orígenes en la comunidad científica y académica²². También menciona que, históricamente Internet se construyó en los círculos académicos y en sus centros de investigación afiliados²³ e inventaron en Silicon Valley, Estados Unidos, un software para uso de un pequeño grupo dentro de una comunidad intelectual y tal vez, jamás se imaginaron, que al resto del mundo le vendrían útil este invento.

En mi opinión, no hay que creer que los que inventaron Internet, y todas sus versiones desde sus inicios provienen de personajes como Bill Gates, dueño de Microsoft, entre otros propietarios de las telecomunicaciones en el mundo; ellos sólo son dueños de, no creadores de, ellos reciben millones de dólares por año, son lo que Castells denomina, los emprendedores.

D. Sobre el fenómeno de Youtube: “Transmite tú mismo”

En la red, existe un sitio web, Youtube, en español “Transmite tú mismo” conocido a nivel mundial, por ser de los principales portales para compartir un sinfín de videos de todos los temas: música, noticias, entretenimiento, política, tutoriales de belleza, entre muchos otros. En ese sentido esta gran plataforma de información permite al usuario no sólo recibir información en formato multimedia sino que le permite compartir y producir también información a otros usuarios; así como escribir comentarios sobre lo que el video propone, invitando a participar y opinar ante los hechos, que difícilmente se da en otros medios de comunicación.

Según Yanover, hoy “Youtube es el responsable de poner nuevamente sobre la mesa de potenciar y exigir la digitalización de los medios tradicionales en Internet”²⁴. “Youtube fue la masificación del concepto del video por Internet, y que si bien no era algo nuevo, sí lo era la forma en la que se lo presentaba y desarrollaba, colocando a los propios visitantes en la posición de productores de infor-

22 Manuel Castells, La Galaxia Internet, 2001, Barcelona: Areté, p.53.

23 Ibid. P.55

24 Yanover, 2007, p.3.

mación. La revista Times en el 2006, hizo referencia al usuario de Internet como base del contenido en la era de las redes sociales y la Web 2.0”²⁵.

“Como ejemplo de generación de contenido está YouTube. Hoy los videos del sitio ya superan toda la capacidad de internet que había en el año 2000”²⁶

Según recientes cifras sobre Youtube²⁷ apuntan que:

- Al día, más de 2 mil millones de videos son vistos.
- 100 millones de búsqueda se realizan en Youtube cada día.
- 4 millones de personas comparten videos de Youtube regularmente en Redes sociales como Facebook y Twitter.
- 35 horas de vídeo se suben cada minuto a la plataforma.
- El 50% de vídeos de Youtube tienen comentarios.

E. Internet y la nueva esfera pública

Para Rheingold²⁸, Internet es un medio de comunicación de “muchos a muchos”, es decir, el sujeto es receptor de muchos mensajes a la vez, cuando “se conecta” o entra a la red de información, escoge de entre una variedad de posibilidades por las cuales encauzarse, podrá hacer uso de los softwares, opinar, o simplemente encontrar información útil o, en su defecto, desechable. Lo interactivo de Internet es la acción-respuesta mientras los sujetos “navegan” por el mar de información por ejemplo, el dar click en botones, en vínculos, hipervínculos, es decir, al apretar los botones que te sumergen en esta gran océano de información, que muchas veces damos con ella por casualidad.

Posiblemente, esta experiencia que el usuario vive, transmite la sensación de una respuesta directa, como si éste estuviera descubriendo por sí mismo las pistas para llegar a eso que le interesa encontrar. Considero que de ahí puede provenir el cambio de recepción de un medio a otro, cada medio de comunicación tiene su formato y su lógica para ser utilizada y por tanto, invita de distintas maneras a que los sujetos capten los mensajes y ellos mismos produzcan nuevos.

En la esfera política con la incursión de Internet en la vida de las personas, sugiere Rheingold, podría lograrse un cambio en la esfera pública, ésta esfera hoy en día “está dominada por los medios de comunicación de masas, es en donde los gobernados obtienen actualmente sus conocimientos...” y comparto la reflexión que formuló: “¿Qué escenario conduce más a la democracia, un mundo en el cual unas pocas personas puedan utilizar para manipular creencias, o un mundo en el cual todos los ciudadanos puedan transmitir a los demás?”²⁹.

25 Op.cit.

26 Ariadna Abril Cruzenviada, redes sociales quitan usuarios buscadores en www.eluniversal.com, citado en febrero 2011

27 Según el sitio web www.tresebits.com, citado en marzo 2011.

28 Ibid.

29 Ibid., p.31

F. El papel de la risa en la cultura popular, la risa como contrapoder

Existen pocos estudios de la función de la risa en las culturas populares, uno de los autores que considero más ilustradores en este tema es Mijaíl Bajtín,³⁰ crítico literario de origen soviético quien muestra cómo desde la época de la Edad Media y el Renacimiento, la cultura cómica tenía un lugar importante dentro de la sociedad.

Uno de los orígenes de la risa señala el autor, se debe a que “la risa ha sido enviada a la tierra por el diablo y se aparece a los hombres con las máscaras de la alegría, y éstos le reciben con agrado. Pero, más tarde, la risa se quita la alegre máscara y comienza a reflexionar sobre el mundo y los hombres con la crueldad de la sátira”³¹

El autor expone que el aspecto cómico del mundo ha sido parte importante en los ritos sociales, desde aquellas épocas; la risa era fundamental durante las festividades y carnavales del pueblo representados en las plazas públicas, acompañado de un lenguaje especial, ya que, aquella ayudaba a los sujetos a tener una cosmovisión diferente del mundo. Además explica que el mundo infinito de las formas y manifestaciones de la risa se oponía a la cultura oficial, al tono serio, religioso y feudal de la época³². El autor define tres tipos de manifestaciones de esta cultura cómica: formas y rituales del espectáculo: los carnavales y festividades representadas en la plaza pública; las obras cómicas verbales, es decir, las parodias orales y escritas; por último, diversas formas y tipos del vocabulario familiar y grosero (insultos juramentos, lemas populares)³³ está último punto lo tomar como referencia para el presente estudio puesto que explica la existencia de una forma de expresión propia de la risa, y esto puede servir para vincular el papel de la burla y la risa en los videos de Youtube sobre escándalos políticos, donde los comentarios de los usuarios hacen referencia a insultos.

Bajtín rescata a través de su obra el aspecto positivo de la risa, el aspecto regenerador, creador. En la Edad Media, es decir, en los siglos XVII y XVIII, la risa es mala vista, representa el lado radical y no-oficial, era algo parcial, lo que es importante no puede ser cómico, ya que la risa representa los vicios de los individuos y de la sociedad. La risa ocupa un rango inferior durante dentro de la sociedad, o es un castigo para seres inferiores³⁴.

En cambio, en el Renacimiento la risa retoma otro sentido gracias a la rica cultura popular que permitía expresar la comicidad en espacios públicos como carnavales, festines,

En la cultura clásica la sociedad se asocia con la violencia afirma Bajtín en cambio la risa supera el miedo, no prohíbe nada, ya que el “lenguaje de la risa no es nunca empleado por la violencia ni la autoridad”³⁵. Por ejemplo, el temor a Dios, la risa daba al hombre una nueva perspectiva y “le revelaba un nuevo mundo, aclaraba la conciencia del hombre”³⁶. Para vencer este miedo se representa a

30 Mijaíl Bajtín (1987) *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de François Rebeláis*, Madrid: Alianza Editorial.

31 *Ibid.*, p.41.

32 *Ibid.*, p. 10.

33 *Ibid.*

34 *Ibid.* p.65.

35 *Ibid.*, p.86.

36 *Ibid.*

los símbolos de poder como monstruosidades, ridiculizándolos y volviéndolos inofensivos, porque a lo que le teme, se le ridiculizaba. En Youtube sucede esto mismo cuando se ridiculiza a las figuras que representan los símbolos de poder.

Bajtín opina que la risa tiene tres características fundamentales: universalismo, se asocia con la libertad, y existe una concepción del mundo popular no-oficial.³⁷

“La risa es de todos y para todos, tiene un carácter universal, ante todo es un patrimonio del pueblo, todos ríen, la risa es “general”; en segundo lugar, es universal, contiene todas las cosas y la gente... Esta risa es ambivalente: alegre y llena de alborozo, pero al mismo tiempo burlona y sarcástica, niega y afirma, amortaja y resucita a la vez”³⁸.

Desde la Edad Media la risa acompañaba también las ceremonias y los ritos civiles de la vida cotidiana: así, “los bufones y los tontos asistían siempre a las funciones del ceremonial serio, parodiando sus actos (proclamación de los nombres de los vencedores de los torneos, ceremonias de entrega del derecho de vasallaje, de los nuevos caballeros armados...)”³⁹. Un fenómeno parecido se puede observar con los videos en Youtube y los usuarios que parodian a las figuras públicas editando sus declaraciones, dedicándoles canciones, entre otros elementos.

Las sociedades de aquellas épocas poseían una estructura jerárquica muy marcada por lo que durante las fiestas oficiales, pero durante los carnavales la risa sí era permitida, y esto daba pie a que fluyera un ambiente más relajado, con menos protocolos y jerarquías, donde todos los sujetos eran iguales, en esos momentos las barreras sociales como empleo, edad, y ocupación no eran importantes, ninguna persona era más ni menos que otros. Una peculiaridad que sucede también en la actualidad en el mundo virtual, ya que ante Internet no somos más o menos, el anonimato y tal vez gracias a que no existe contacto físico que sí se da en la plaza pública, permite una mayor libertad de expresión a las personas. Al respecto Bajtín afirma que: “La eliminación provisional de las relaciones jerárquicas entre los individuos, creaba en la plaza pública un tipo particular de comunicación inconcebible en situaciones normales. Se elaboran formas especiales de lenguaje y de los ademanes, francas y sin constricciones, que abolían toda distancia entre los individuos en comunicación, liberados de las normas corrientes de la etiqueta y las reglas de conducta”⁴⁰.

En cuanto a las parodias, el autor comenta que es una de las peculiaridades hacer grotesco del que se está burlando, es por eso que en muchos de los videos encontraremos a las figuras políticas con sus peores fotografías en estado de ebriedad, con fondos musicales repitiendo sus groserías y repitiendo como alcoholizados, entre muchos otros elementos. No sólo las parodias en el sentido estrecho del término, sino también las demás formas de realismo grotesco tienden a degradar, corporizar y vulgarizar. La risa popular estructura las formas del realismo grotesco, la risa degrada y materializa⁴¹

37 Ibid, p.84.

38 Ibid, p.17.

39 Ibid, p.11.

40 Ibid., p.16.

41 Ibid., p.25.

Con esta explicación Bajtín demuestra que el uso de palabras altisonantes muchas veces utilizadas por los usuarios de Youtube para referirse a los personajes políticos con sus comentarios y videos, se debe a que: “El lenguaje familiar de la plaza pública se caracteriza por el uso frecuente de groserías, o sea de expresiones y palabras injuriosas, a veces muy largas y complicadas. Desde el punto de vista gramatical y semántico, las groserías están normalmente aisladas en el contexto del lenguaje y consideradas como fórmulas fijas del mismo género del proverbio. Por lo tanto, puede afirmarse que las groserías son una clase verbal especial del lenguaje familiar”⁴²

Es por ello que retomo las afirmaciones del autor sobre la función social que posee la risa, ya que ésta es parte importante para entender el fenómeno que se da en Youtube ante los videos de escándalos políticos, ya que, el usuario reproduce videos que ha sido editados de manera sarcástica y burlona ante la política: “La risa puede definirse, en formas preliminar y general de esta forma: la risa posee un profundo valor de la concepción del mundo, es una de las formas fundamentales a través de las cuales se expresa el mundo, la historia y el hombre; es un punto de vista particular y universal sobre el mundo, que percibe éste en forma diferente, pero no menos importante (tal vez más) que el punto de vista serio: sólo la risa, en efecto, pueden captar ciertos aspectos excepcionales del mundo”⁴³

En este sentido sobre el papel social del chiste político, Samuel Schmidt documenta los chistes políticos que se han hecho a lo largo de la política mexicana. El chiste político constituyéndose una herramienta de contrapoder y un medio de acercamiento muchas veces ante la lejana puesta en escena que es la política, es decir, los escándalos políticos parecieran que son obras de teatro, telenovelas y se asemejan a los chismes de la farándula con la diferencia de que los protagonistas son los servidores públicos, que manejan recursos públicos, y quienes son los encargados de velar por los intereses de los ciudadanos. Por último, Schmidt explica que: “El humor político enfrenta las situaciones que molestan a la sociedad descubriendo o proponiendo una verdad que puede ser ilógica pero que a final de cuentas sirve para iluminar el juego político oculto”⁴⁴

Además afirma que: “el chiste político juega con las imágenes ideales de la política para establecer una nueva verdad”⁴⁵, como sucede con los replanteamientos que hacen los usuarios de Youtube a través de subir a la red videos editados sobre las figuras políticas internacionales y nacionales.

Menciona que los chistes políticos representan lo más popular y son manifestación del humor, y estos “ayudan a reducir la distancia que el gobierno ha establecido con la sociedad”⁴⁶.

42 *Ibíd.*, p.21.

43 *Ibíd.*, p.65.

44 Schmidt, Samuel (2006) “El chiste político en México”, México: ed. Taurus.

45 *Ibíd.* P.45.

46 *Ibíd.* P.47.

G. Contextualización Videos parodiados en Youtube

A continuación, los títulos de los video-escándalos seleccionados para el análisis en base a los más vistos en el portal Youtube:

1. “¿Por qué no te callas?, ¡¡¡BAILA EL REYGGEATTON!!!

El video trata sobre un incidente durante el cierre de la XVII Cumbre Iberoamericana realizada en Chile en el 2007⁴⁷, cuando existe una disputa entre Zapatero, Presidente de España, Hugo Chávez, Presidente de Venezuela acerca del ex Presidente de España José María Aznar, y el Rey de España Juan Carlos

La discusión comienza cuando el Presidente de Venezuela, Hugo Chávez calificaba de “fascista” al ex Presidente de España, José María Aznar, por su parte José Luis Rodríguez Zapatero, actual Presidente de España le pedía respeto, pues Aznar “había sido elegido por los españoles” exigió un respeto por eso además, a lo que Chávez contestaba: “Dígale a él que respete” lo repitió una y otra vez, cuando el Rey Juan Carlos de Borbón hace una sorprendente intervención dirigiéndose a Chávez diciéndole: “¿Por qué no te callas?”⁴⁸

Diario de observación Videos seleccionado

Categoría Internacional

Título: “¿Por qué no te callas?, ¡¡¡BAILA EL REYGGEATTON!!!

Tipo de video: Parodia

Duración: 01:05

Fecha de publicación: 11/11/2007

Número de calificaciones “me gusta”: 2,775

Número de calificaciones “no me gusta”: 273

Calificaciones: 3,048

Reproducciones: 1’348,360

Comentarios: 3,924 ⁴⁷ “Explota la Cumbre Iberoamericana”, 11 noviembre 2007, www.lajornada.unam.mx, citado en febrero del 2011.

Trama: Es un remix musical al ritmo de una canción de reggaetón editada con las declaraciones de Chávez y el Rey Juan Carlos.

Personajes involucrados: Zapatero, Presidente de España, Chávez, Presidente de Venezuela, Rey Juan Carlos de España.

Comentarios de observación: El video comienza con un imagen muy colorida de Chávez y el Rey Juan Carlos, acompañados del texto: “Reygeatton, el nuevo ritmo latino, ¿por qué no te callas?”. El remix musical al ritmo del reggaetón, hace un énfasis en las frases: “¿Por qué no te callas?” emitida por el Rey de España y “fascista”, dicha por Hugo Chávez.

FUENTE: Elaboración propia.

⁴⁷ “Explota la Cumbre Iberoamericana”, 11 noviembre 2007, www.lajornada.unam.mx, citado en febrero del 2011.

⁴⁸ ¿Por qué no te callas? dice Rey de España a Hugo Chávez, Periódico El Universal, versión en línea www.eluniversal.com.mx, 10 de noviembre del 2007, citado en febrero 2011.

2. “Zapatazo a Bush parodia del gato viudo”.

Este video es sobre el incidente que tuvo el ex Presidente de los Estados Unidos, George Bush, se encontraba en una conferencia de prensa en Medio Oriente acompañado por el primer ministro de Irak, Nuri-Al-Maliki, cuando un periodista gritó en árabe: “¡Este es un beso de despedida, perro!”, y en señal de desprecio, le arrojó sus dos zapatos a Bush, y agregó: “esto es por la viudas, los huérfanos y todos los muertos en Irak”⁴⁹. Los dos mandatarios lograron esquivar los zapatos, el hombre fue sometido y detenido para hacerle análisis de drogas y para interrogarlo si alguien le había pagado para arrojar los zapatos. El nombre del periodista que arrojó los zapatos es Al-Zeidi⁵⁰.

En el mundo árabe es señal de gran desprecio el lanzarle los zapatos a una persona, además, según la nota del periódico, “Irak considera el domingo como el día internacional de los zapatos”⁵¹

Diario de observación Videos seleccionado

Categoría: Internacional

Título: “Zapatazo a Bush parodia del gato viudo”

Tipo de video: Parodia

FUENTE: Elaboración propia.

3. “Felipe Calderón borracho Emilio González Márquez.

El caso del Presidente de México, Felipe Calderón Hinojosa, quien ha suscitado una polémica en relación al fuerte rumor de un su problema grave de alcoholismo, dicho rumor tomó fuerza cuando el 3 de febrero del 2011 se desdobra una manta en el Congreso en San Lázaro, que rezaba así: “¿Tu dejarías que un borracho manejara tu auto? ¿Verdad que no? ¿Por qué dejas que maneje tu país”⁵². El video alude a comparación entre el Presidente de México y el Gobernador de Jalisco, Emilio González, según los videos publicados por un posible compadrazgo entre ambos por tener en común el gusto por las bebidas alcohólicas y mostrarse en estado alcoholizado en eventos públicos.

Duración: 00:56

Fecha de publicación: 16/12/2008

Número de calificaciones: “me gusta” 9

Número de calificaciones: “no me gusta” 1

Número de veces calificado

Reproducciones: 10,862

Comentarios: 15

49 “Mundo árabe convierte en héroe a periodista que “zapateó” a Bush”, Periódico El Economista, versión en línea www.economista.com.mx, 15 de diciembre 2008, citado en febrero 2011.

50 Íbid.

51 “El reportero del zapatazo a Bush admite las agresiones frente a un juez”, Periódico El país, versión en línea www.elpais.com, 16 de diciembre del 2008, citado en febrero 2011.

52 Jesús Cervantes, “manta que alude a presunto alcoholismo de Calderón genera caos en San Lázaro”; en www.proceso.com.mx, citado en febrero 2011.

Trama: Bush como parte de sus últimos días como Presidente de los EE.UU, hace un viaje al Medio Oriente donde le son lanzados dos zapatazos.

Personajes involucrados: Bush y el primer ministro de Irak, Nuri-Al-Maliki.

Comentarios de observación: Se muestra el video original donde le lanzan a Bush los zapatos pero con fondo musical de la canción mexicana “el gato viudo”, en ella se menciona un zapatazo a un gato.

Diario de observación Videos seleccionado

Categoría: Nacional

FUENTE: Elaboración propia.

4.- “Gobernador de Jalisco mentando madres- Me vale madre mix”.

El Gobernador actual del Estado de Jalisco, en un evento al parecer privado en el Centro de Convenciones Expo en la ciudad de Guadalajara, hizo declaraciones, en aparente estado alcoholizado acerca de la presión mediática que en ese momento existía por el asunto de la donación de parte de su Administración a la Arquidiócesis de Guadalajara, esto, para la construcción del Santuario de los Mártires; la cantidad que se dio a conocer fueron 90 millones de pesos⁵³.

Título: “Felipe Calderón borracho Emilio González Márquez “

Tipo de video: Parodia

Duración: 02:54

Fecha de publicación: 07/02/2011

Número de calificaciones “me gusta”: 0

Número de calificaciones “no me gusta”: 0

Calificaciones: 185

Reproducciones: 18,760

Comentarios: 0

Trama: El rumor que gira en torno al alcoholismo que padece el Presidente Felipe Calderón.

Personajes involucrados: Felipe Calderón Hinojosa, Presidente de México y Emilio González, Gobernador de Jalisco

Comentarios de observación: Se muestra fotografías con fondo musical de la canción de José Alfredo Jiménez, que dice “se fue borracho el borracho del brazo del cantinero” y se muestra la fotografía de Felipe Calderón y Emilio González vestidos con los trajes típicos de un huichol; varias fotografías, algunas de ellas editadas donde se muestra al Presidente al lado de botellas de vino, en eventos públicos o en aparente estado de ebriedad.

Meses más tarde el dinero se presume fue dicho dinero fue regresado a las arcas del Gobierno. La polémica giraba en torno a que el Gobierno del Estado estaba privilegiando solamente a una religión, la católica para la construcción de dicho Santuario proveniente de recursos públicos del Estado.

53 Juan Carlos G. Partida “Anuncia Emilio González 90mdp más para la ruta del Peregrino”; en www.lajornadajalisco.com.mx, citado en febrero 2011.

Diario de observación Videos seleccionado

Categoría: Local

Título: “Gobernador de Jalisco mentando madres- Me vale madre mix”

Tipo de video: Parodia

Duración: 01:50

Fecha de publicación: 26/04/2008

Número de calificaciones: “me gusta” 19

Número de calificaciones: “no me gusta” 0

Calificaciones: 19

Reproducciones: 27,081

Comentarios: 75

Trama: Las declaraciones del Gobernador en el evento privado donde trata el asunto de la donación del dinero y afirma que de no le importa si los jaliscienses no están de acuerdo con su decisión.

Personajes involucrados: Emilio González Márquez, Gobernador de Jalisco

Comentarios de observación: Se trata de un fondo musical con las declaraciones editadas y más polémicas emitidas por el Gobernador: “me vale madre”, absuélvame desde allá Don Juan (Cardenal de Guadalajara), las groserías, sonidos de eructos de persona alcoholizada, risas, recuadros rojos con letras blancas en mayúsculas dice “me vale madre”.

FUENTE: Elaboración propia.

Conclusiones

Internet, al representar un medio alternativo y mundo paralelo de información constituye también un nuevo espacio facilitando surjan fenómenos comunicacionales y sociales como los planteados anteriormente. Esto es parte esencial de los cibernautas quienes de una forma diferente y novedosa, utilizan un medio como Youtube no sólo para informarse sino también para construir nuevos significados sobre asuntos de la esfera pública y política internacional, nacional y local ya planteados y puestos en tela de juicio.

Los videos presentados demuestran que los asuntos políticos en los medios de comunicación, en este caso, Internet y Youtube, también son recodificados, o resignificados por las audiencias.

Con la Web 2.0 y las Redes Sociales, nos enfrentamos a una nueva recepción y producción de la comunicación social en línea.

La población mexicana, que dicho sea de paso, es percibida como indiferente ante los figuras políticas del país, no lo son del todo, como podemos observar, por lo menos no en este medio de comunicación. En lo que respecta a México, se puede observar una participación e involucramiento en los asuntos y el debate de la política, abonando a la construcción día a día de la nueva esfera pública.

Confiemos en que esta sociedad del conocimiento o de la información⁵⁴, como algunos teóricos la nombran, se traduzca y tenga eco en nuevas políticas públicas a nivel mundial y nacional que permitan el acceso por igual a la población. Y no sólo constituya un planteamiento en las Ciencias Sociales.

Bibliografía:

- BAJTÍN, MIJAIL (2002) *La cultura popular en la Edad Media y en el renacimiento. El contexto de François Rebeláis*, Madrid: Ed. Alianza Editorial.
- CASTELLS, Manuel, *La Galaxia Internet* (2001) Barcelona: Areté.
- MATTELART, Armand (2007) *Historia de la sociedad de la información*, Barcelona: ed. Paidós.
- Perales, Octavio (2008) “*Esfera pública y medios electrónicos*” en revista virtual www.razonypalabra.org.mx (última consulta febrero 2011).
- RAMONET, Ignacio “*Periodismo del nuevo siglo*” 1999 en <http://www.lafactoriaweb.com/articulos/ramonet.htm> (última consulta febrero 2011).
- “*Hoy los medios de comunicación constituyen un poder*”, 2000. Entrevista. En http://www.lahaine.org/internacional/ramonet_mediospoder.htm (última consulta octubre febrero 2011).
- RHEINGOLD, Howard, (1996) *La comunidad virtual*, Barcelona: ed. Gedisa.
- SCHMIDT, Samuel (2006) *El chiste político en México*, México: ed. Taurus.
- THOMPSON, John B., *Los media y la modernidad* (1998), Barcelona: ed. Paidós.
- El escándalo político, (2001) Barcelona: ed. Paidós.

Sitios web consultados

www.eleconomista.com.mx
www.elpais.com
www.eluniversal.com
www.lajornadajalisco.com.mx,
www.proceso.com.mx
www.tresebits.com