

Monterrey: Sus Imaginarios en el buscador de internet “Google”

Recibido: 11/11/2014
Aceptado: 12/02/2015

Gabriela Carmona ¹

Resumen:

El presente trabajo intenta revelar la manera en que las tecnologías de la información y de comunicación vinculadas a Internet participan a la construcción de del imaginario urbano de la Ciudad de Monterrey. El objeto del presente texto es encontrar la forma de analizar dicha información gracias al uso de diferentes herramientas digitales como el buscador Google.

Palabras clave:

Imaginario urbano, ciberespacio, imagen, tecnologías digitales, Google.

Abstract:

Monterrey: Imaginaries on “Google”

The present paper intends to reveal the ways in which information technology and Internet-related communication are involved with the construction of the urban imagery of Monterrey’s City. The purpose of this text is to find ways to analyze this information by using various digital tools like the Google search engine.

Key Words:

Urban imaginary, cyberspace, image, digital technologies, Google.

1. Introducción

Sin darnos cuenta ya estamos inmersos en la era de las comunicaciones, de la información; han pasado muy pocas décadas desde que comenzamos a disponer cotidianamente de la tecnología. Estamos viviendo una época en la que estar comunicados es tan necesario que en ocasiones nos es imposible desconectarnos de Internet, de la televisión, del celular. Tener una dirección electrónica o una dirección en Facebook es parte de la

personalidad del internauta contemporáneo. El filósofo francés Jean-François Lyotard argumenta que la detonación de la tecnología, y por consiguiente la facilidad de acceso a una incommensurable cantidad de información de procedencia anónima, tal y como aparece ahora en internet, sería parte integral de la cultura posmoderna (Lyotard, 1979).

¿Será posible analizar el imaginario urbano con la información que se genera en la Internet para concebir un mejor urbanismo? ¿Es posible que el imaginario de la

¹ Actualmente es profesora titular “C” en la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Coahuila.
Contacto: gcarmonaochoa@yahoo.com.mx

vida cotidiana urbana auxiliada por la virtualización incida en la construcción de un mejor urbanismo? Tomando la siguiente definición de “imaginario”: “las producciones mentales o materializadas en obras basadas en imágenes visuales, (pinturas, dibujos, fotografías, etc.) en formas de habla (metáfora, símbolos narraciones) que forman conjuntos coherentes y dinámicos en los que se destaca una función simbólica expresada en la conjunción de sentidos propios y figurados” (Wunenbuger, 2003: 10). El imaginario urbano aparece cuando se observa la ciudad más allá de lo material, de las calles, de los edificios, de las plazas. El imaginario es la forma en que las personas se organizan para poder desenvolverse en ella o la forma en que las personas se imaginan la ciudad en la que viven.

Cuando se analiza la relación entre realidad virtual y urbanismo, es importante comprender las consecuencias del uso de las tecnologías de la información y de comunicación y el impacto que tienen en la realidad fenomenológica, y a la vez conocer como se han incorporado en la vida cotidiana, y que al hacer un uso eficiente de las mismas, nos brinde la posibilidad de aproximarnos a un urbanismo contemporáneo donde exista accesibilidad, justicia social, movilidad, etc. Proponemos por lo tanto que la información que los internautas contemporáneos dejan plasmada en las tecnologías de la información y de comunicación, puede ser analizada para obtener el imaginario urbano de una ciudad.

“Real y virtual se convierten en realidades permeables, traspasables, capaces de aportar la una a la otra experiencias enriquecedoras, prácticas gratificantes, costumbres y hábitos nuevos, etc.” (Tirado, 2005:4)

2. Ciberespacio y Urbanismo

Bourdin (2007) explica que las nuevas tecnologías digitales y de comunicación producen la ciudad y también el vínculo social, la producen por la forma en que las personas usan y se apropian de ellas:

“La tecnología crea un campo de posibilidades, aunque con una fuerte orientación social, en el transcurso del proceso de desarrollo, que ve la transformación de la tecnología en un determinado producto; esto no significa que la tecnología defina comportamientos. Por consiguiente, debemos centrar nuestra atención en los dispositivos de comunicación y en los usos que éstos organizan, y posteriormente en la manera en la que movilizan las tecnologías e interactúan con éstas” (Bourdin, 2007: 144).

Bourdin (2007) explica cómo dentro del proceso de valoración, ya sea económica, social o paisajística, cómo dentro del proceso de desvalorización de algún barrio o incluso ciudades enteras se toman en cuenta factores como la infraestructura, la calidad urbana, y la accesibilidad entre otros; también interviene el proceso de identificación social del lugar, barrio o territorio; pero además se deben incluir las imágenes que se transmiten por medio de los diferentes dispositivos de comunicación:

“(…) el efecto de las imágenes que transmiten los distintos dispositivos de comunicación, en adecuación con los procesos socioeconómicos o a contracorriente de éstos, es considerable. Con mucha frecuencia estas imágenes funcionan como predicciones creadoras: tal o cual lugar, representado como peligroso, probablemente terminará siéndolo, porque esta imagen suscitará los movimientos de población o los comportamientos que lo volverán peligroso.” (Bourdin, 2007: 144)

Retomando a Bourdin, las imágenes pueden formar un imaginario urbano determinado. Pero también hay que considerar otros aspectos no sólo basarnos en las imágenes. Es necesario tomar en cuenta también la capacidad de los nuevos dispositivos de comunicación; por ejemplo: los comentarios y opiniones de las personas en las redes sociales pueden participar en la construcción de un imaginario urbano. Existe hasta cierto punto una considerable influencia en las decisiones de familias y hasta de empresas sobre una

ubicación. Por medio de los dispositivos de comunicación es posible difundir percepciones, juicios o imágenes que servirán de referencia para luego fomentar la idea, la representación y después el imaginario urbano de una ciudad, incluyendo desde luego las prácticas de los usuarios.

"Estos dispositivos de comunicación son producidos por representantes típicos de la clase creadora, habitantes y actores de las metrópolis, que reflejan a través de ellos –directa o indirectamente– su visión de la ciudad y, de manera más invisible, el marco a través del cual la aprehenden." (Bourdin, 2007: 145)

Sin embargo, el autor también aclara que la construcción de una ciudad equivaldría a crear una imagen de ésta. En el caso de una metrópoli, por ser algo mucho más complejo, equivaldría a la creación de más imágenes que abarcaran la totalidad de la urbe.

"La imagen no es un lujo más o menos inútil, sino un desafío considerable. Y lo mismo que en el caso del acontecimiento, se plantea el problema del significado y de los efectos especulares de la imagen" (Bourdin, 2007: 145).

Un ejemplo de la forma en que se están utilizando las tecnologías digitales en asuntos urbanos es la obra de arte interactivo diseñada según palabras del artista para "transformar" el Zócalo de la Ciudad de México, llamada "Alzado Vectorial": arquitectura relacional, término que utiliza el artista mexicano-canadiense Rafael Lozano-Hemmer para denominar los eventos interactivos que diseña a gran escala y que son capaces de transformar edificios emblemáticos a partir de nuevos interfaces tecnológicos. Utilizando un interfaz de realidad virtual, el sitio web permitía al participante diseñar una escultura de luz con 18 cañones antiaéreos localizados alrededor del zócalo capitalino. Por un tiempo determinado los partícipes seleccionaban la luz que cubría la plaza.

A través de Internet, los participantes podían mover los cañones de luz instalados en los techos de los edificios próximos ella, creando y dirigiendo de esta manera sus propias figuras y movimientos de luz.

En esta ocasión a cada participante se le hizo una página web para archivar su diseño con fotos de tres cámaras digitales. Participaron personas de 89 países y todos los estados de la república. La instalación se desconectó el 7 de enero del 2000. "Alzado Vectorial" se ha seguido instalando en diferentes plazas o sitios de diversas ciudades alrededor del mundo, la más reciente se instaló en los alrededores de English Bay en la Ciudad de Vancouver; en el marco de la Olimpiada Cultural de 2010. En esta ocasión participaron personas de 162 diferentes países.

Silvia Lazo (2009) explica por su parte que los movimientos sociales en el marco de la globalización, y más específicamente las redes sociales virtuales, emplean de forma innovadora las tecnologías digitales, redefiniendo el escenario de la protesta a nivel mundial en donde la informática y la fluidez de la comunicación son la base para organizar las acciones en las ciudades.

"Las actualmente llamadas redes internacionales de oposición a la globalización neoliberal o movimientos antiglobalización son una expresión del surgimiento de un espacio global disputado, la novedad es que están conectados en red a través de las herramientas de Internet que resultan imprescindibles para su actuación y para la redimensión de sus territorios de influencia y acción" (Castells, 2004: 76).

Castells (2004) considera que el primer movimiento social que basó su política defensiva a través de Internet y la estrategia de visibilidad del movimiento a través de la web, fue el que se llevó a cabo en 1994, por el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN). El segundo movimiento que se generó en la web, de carácter mundial, fue en la ciudad norteamericana de Seattle en 1999 en donde aparece una movilización y protesta en contra de la Organización Mundial del Comercio.

"Los teléfonos móviles capaces de enviar mensajes de texto, imágenes y de realizar videollamadas, se ha convertido, junto con Internet, en un elemento más de las protestas del siglo XXI." (Tilly, 2010: 292)

Otros ejemplos:

2003. Nueva York. Protestas contra la guerra recurrieron a la telefonía móvil y a las radios para coordinar el apoyo médico y legal a los manifestantes que estaban atrapados en barricadas y protegerse de ser detenidos.

2007. Birmania. Mes de septiembre; los ciudadanos protestaban por la represión policial y militar del régimen birmano. Tomaron fotografías y videos con los teléfonos móviles y las subieron a blogs, lo cual permitió una difusión de hechos locales a noticieros internacionales.

2007. Pakistán. Mes de mayo. Los usuarios de teléfonos celulares adoptaron un tono de llamada diferente para marcar su oposición a Musharraf, además se mandaron miles de mensajes de texto para organizar las protestas.

2008. Canadá. El parlamentario Charlie Angus puso en marcha una campaña a través de Youtube para presionar al gobierno conservador con el fin de financiar una escuela indígena en Attawapiskat, en el norte del país. (Tilly,2010).

3. El imaginario urbano en el buscador “Google”

Buscando la relación que guardan los elementos de un mismo fenómeno: encontramos la construcción de un imaginario a través de imágenes gráficas en internet proporcionada por un buscador: Google; la pregunta a responder entonces sería: ¿Cómo se construye el imaginario urbano que representa a la ciudad de Monterrey en Internet?. El incremento en el uso de un medio digital como internet y sus buscadores de información, sugiere especular sobre el poder de este medio y sus contenidos en la generación de ideas compartidas por un grupo social determinado. Se considera que las imágenes que circulan en internet sobre la ciudad de Monterrey, Nuevo León, pueden ser el punto de partida del complejo proceso de construcción social identificado como construcción del imaginario. Apoyado en la metodología

que utiliza María Acaso (2009) para el análisis de imágenes, se busca demostrar de que manera el uso recurrente de un medio digital de comunicación y manejo de información internet/Google, participa a la creación del imaginario de la Ciudad de Monterrey.

La información que proporciona internet puede ser considerada como un instrumento de determinación y fijación de contenidos, al tratarse de un medio abierto para las masas, la información que se encuentra en internet es observada por un número muy considerable de personas que buscan información, es un medio utilizado para diversión, para comunicación, es una herramienta de trabajo, es una herramienta de ventas, un medio para socializar, etc. Cuando se analiza una imagen lo que se busca es poder identificar el potencial que tiene es imagen para comunicar algo. La imagen es siempre una narración, es una comunicación visual, una representación de lo que está y de lo que no está. Su poder radica en hacer presente aquello que no está presente y hacerlo por medio de la representación; lo que no está presente es debido a limitaciones materiales o tecnológicas, o bien porque aún no existe, la mente de una persona tiende a imaginar el resto de la imagen, tiende a completarla.

La existencia de imágenes sobre un tema determinado participa en la construcción social de un imaginario, así que en este análisis se pretende describir el papel que juegan las imágenes sobresalientes en internet a través del uso de un buscador muy específico. Castells (2004) señala que estamos inmersos en la Sociedad Red. Las nuevas formas de interacción humana hacen necesarios estudios para poder comprender el nuevo orden social, en donde observamos la gran capacidad para crear y compartir información desarrollando nuevos conocimientos. Tanto la información como su manejo han llegado a ser uno de sus grandes retos. En cuanto al desarrollo de esta sociedad se hace necesaria la alimentación permanente de las redes de información por lo cual el Internet se presentó como una enorme fuente, como un mar, en el que hay que aprender a navegar. Ante este

mar fue necesaria la creación de herramientas que facilitaran la incursión.

"....para poder orientar al internauta en medio de una copiosa y creciente selva de datos, hay que ser capaz de poner en movimiento miles de computadoras que recorrerán la red tomando nota de la información disponible sobre el tema. Pero sobre todo hay que tener la capacidad de seleccionar los sitios que mejor corresponden a la demanda. Esa capacidad, esa "inteligencia" del motor de búsqueda, es la que determina su éxito. Google demostró poseerla, al convertirse en menos de tres años en el motor de búsqueda más utilizado en el mundo: su novedoso modo de análisis le permite ofrecer, en general desde la primera página de resultados, la información buscada." (Lazuly; 2003)

Contrariamente a lo que comúnmente se cree, Google es un buscador y no sinónimo de Internet. Google fue inventado entre 1995 y 1996 por dos estudiantes de la Universidad de Stanford, Sergey Brin y Larry Page, los cuales llegaron a la conclusión de que las páginas más "pertinentes" son las más frecuentemente citadas. Básicamente funciona de la siguiente manera: el buscador maneja un algoritmo llamado PageRank que le permite organizar los resultados y responder rápidamente a las demandas. Según palabras de sus creadores su principal objetivo es hacer que todo el saber del mundo esté conectado directamente a la mente de todo el planeta. Google pasó de 10.000 consultas diarias a comienzos de 1999, a más de 200 millones en la primavera de 2003. El motor de búsqueda Google fue utilizado por el 60% de los 61.000 millones de buscadores en internet en todo el mundo, según un estudio publicado por la agencia Comscore.

En un estudio que hace sobre este buscador, Cassin (2008) explica que una de las principales ventajas de Google con respecto a Yahoo o MSN es que el primero separa la publicidad de los resultados "puros". Otra ventaja es que no tiene una estrategia de portal, es decir, trata de mandar al usuario lo más pronto posible hacia las

páginas, documentos, o información que busca sin tratar de retenerlo o venderle algo. Su función es dar respuesta a preguntas y la congruencia de las respuestas determina su calidad, rastrea la información buscándola en toda la red, utilizando las palabras claves con las cuales se formuló la pregunta, y envía las respuestas más pertinentes según un software que hace la conexión entre las preguntas y el índice de datos. Cassin (2008) detalla claramente como este buscador hace su trabajo: cuantitativamente su función será la de almacenar la mayor cantidad posible de datos, detectando la mayor cantidad de sitios y también lo más frecuentemente posible. Google actualmente rastrea la red, es decir, aproximadamente 11,500 millones de páginas en un mes. Cualitativamente selecciona y etiqueta los datos por medio de las palabras clave, pero no sólo indexa las key words, (palabras clave) también reconoce todas las palabras de cada página, en cada léxico. La autora explica cómo, cada documento se transformara en un conjunto de hits:

"La indexación es utilizable en los dos sentidos: el índice directo conduce de los documentos a las palabras, pero la seleccionadora genera luego un índice inverso, que conduce de las palabras a los documentos para producir respuestas."(Cassin, 2008: 43).

Otra particularidad de este buscador es que no sólo indexa los enlaces de la página en donde se encontró la información sino los enlaces que llevan a dicha página; además invita a realizar preguntas más eficientes; cuando presenta en los resultados de búsqueda la frase "quizá quiso decir.....", motiva a utilizar mejor las palabras clave, además por medio de un sistema de "búsqueda personalizada" el buscador registra el rastro de todos y cada uno de los usuarios; las cookies son las encargadas de almacenar los movimientos de todas y cada una de las personas que utilizan este buscador.

"En su primera visita al sitio de Google, registra un "cookie" en su ordenador. Un cookie es un bloquecito de datos que lo identifican de manera única. "(...) Google registra las preferencias de los usuarios en esos cookies y

analiza su comportamiento durante sus búsquedas. Google se compromete a no comunicar jamás el contenido de esos cookies a terceros, salvo requerimiento legal como mandato de indagación asignación de comparecencia decisión judicial, etc.” (Cassin, 2008: 73).

De lo anterior se puede inferir que este buscador no sólo analiza la información de la red, sino que además analiza a los usuarios por medio de las cookies; conoce los hábitos, costumbres y preferencias de los cibernautas al realizar sus búsquedas; sabe cómo, cuándo y en qué sitios de internet navega el usuario. Según los diseñadores, el propósito es la adaptación del buscador a estilos personales o personalizables de búsqueda; el buscador registra en el disco duro de la computadora un número de ID que caracteriza al usuario como cliente: “Un customer, como su nombre lo indica, es un cliente conocido por sus “costumbres”, sus hábitos, su ethos (...)” (Cassin, 2008: 74), en la carta de confidencialidad que maneja el buscador, explica que la empresa guardará la información de sus búsquedas en internet, su dirección electrónica, el tipo de navegado y el idioma que utiliza, la fecha de conexión y la hora, además de que si el usuario utiliza información personal en otros sitios pero vía Google, la información puede ser requerida por Google con el pretexto de ofrecerle un mejor servicio.

4. Metodología

La forma en que se realizó este trabajo fue a partir de la búsqueda en Google, en el apartado de imágenes; de las palabras “Monterrey, Nuevo, León”; tomando como un instrumento de trabajo la forma en que buscador hace la clasificación de datos, colocando en los primeros sitios las imágenes que han sido mayormente consultadas, es decir, como las ranquea; para partir de éstas, realizar el análisis del imaginario. Se procedió a realizar el estudio de los mensajes visuales de las primeras 18 imágenes; los indicadores son tomados principalmente en el

posicionamiento que otorga el algoritmo secreto de Google (Cassin, 2008) y el número de visitas que ha recibido cada página web en la que aparecen las imágenes. Para el análisis de las imágenes se utiliza el método antes mencionado sobre el lenguaje visual de María Acaso (2009). En el método de esta autora lo primordial es distinguir entre el mensaje que transmite una imagen a los dos primeros segundos de ser observada y el mensaje profundo de la misma imagen al hacer un estudio más detallado. Sobre el impacto de una imagen con sólo dos segundos de observación la autora revela:

“(...)este tipo de mirada superficial son las imágenes las que ejercen su poder sobre nosotros, logrando que desarrollemos comportamientos específicos” (Acaso; 2009: 143)

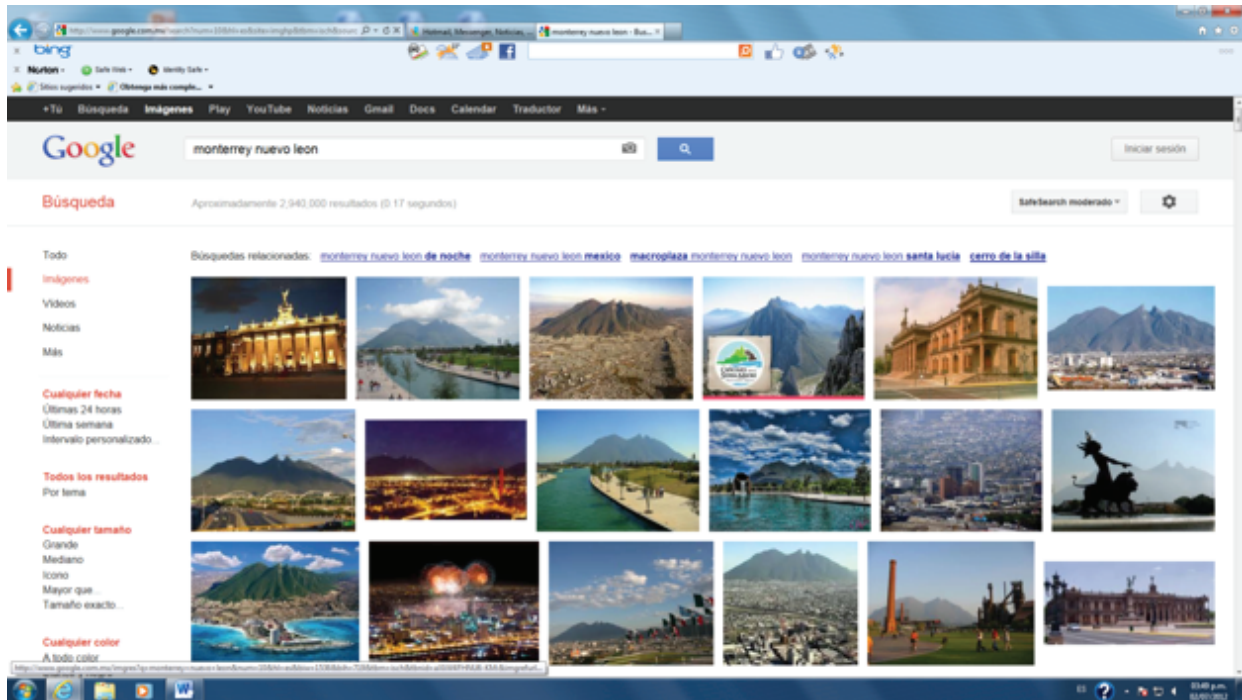
Acaso (2009) distingue dos tipos de mensajes: el mensaje manifiesto, que es aquel en donde la información es explícita, aquella que el espectador cree que está recibiendo; y el mensaje latente, que es aquel en donde la información es implícita, es decir, aquella que el espectador recibe de verdad, pero sin darse cuenta de ello, en la mayoría de las ocasiones. Como primer paso para realizar el análisis la autora determina que es necesaria la contemplación, es decir, la observación consciente de la representación visual durante por lo menos un minuto para en seguida poder dividir la imagen en partes principales. El método se divide en cuatro pasos generales:

- Clasificación del producto
- Estudio del contenido de un producto visual
- Estudio del contexto
- Enunciación de los mensajes manifiesto y latente
- Clasificación del producto visual

Esta primera etapa se realiza a partir de observar por un tiempo considerable el conjunto de imágenes, y a partir de ahí y como primera parte del análisis se realiza una clasificación de las representaciones visuales según su soporte físico y según su función:

- Clasificación de características físicas del soporte.

FIGURA 1



Fuente: Google/24jul2012

Lamina 1

Total de imágenes: 18

Buscador: Google

Fecha de la búsqueda: 24 de julio 2012

1. Clasificación del producto visual

Esta primera etapa se realiza a partir de observar por un tiempo considerable el conjunto de imágenes, y a partir de ahí y como primera parte del análisis se realiza una clasificación de las representaciones visuales según su soporte físico y según su función:

1.1. Clasificación de características físicas del soporte

Esta parte es necesario clasificar, si es posible, tocando las imágenes, medirlas, etc.; en este caso es un medio es digital en donde se mide la luminosidad, existe el manejo de escala, la imagen es bidimensional, la imagen general o total es en realidad un conjunto de imágenes.

1.2. Clasificación por función

En este apartado es necesario tomar en cuenta la procedencia del producto visual; en este caso provienen

de un buscador en internet llamado Google que proporciona específicamente imágenes relacionadas con palabras claves: "Monterrey, Nuevo León". Primordialmente destinadas a dar a conocer la ciudad a nivel turístico, pero es importante señalar que las imágenes son realizadas por personas que no son profesionales en la fotografía, son proporcionadas libremente por los usuarios de internet quienes quieren compartir sus tomas de la ciudad con los demás cibernautas.

2.- Estudio del contenido de un producto visual

Se divide en dos etapas, el análisis pre iconográfico y el análisis iconográfico, distinción que ayuda al observador para que pueda distinguir dos cosas muy importantes; por un lado lo que la imagen cuenta, es decir, la narración, y por otra parte las herramientas visuales que utilizaron para lograr la narración.

"Análisis de la narración: análisis de los elementos narrativos de la representación visual, principalmente personajes, objetos y hechos.

Análisis de las herramientas del lenguaje visual: análisis de las herramientas del lenguaje visual utilizadas

para configurar la narración” (Acaso, 2009: 147)

2.1. *Análisis pre iconográfico.*

Análisis pre iconográfico de los elementos narrativos de la lámina. Consiste en seleccionar y numerar todos y cada uno de los elementos que participan en la narración y que son claves (objetos, hechos, personajes); en este caso hay que establecer que son 18 imágenes que se presentan a la vez, porque es así como las exhibe el buscador para el internauta que realiza la búsqueda, es decir, el observador puede ver las 18 imágenes al mismo tiempo. Es importante hacer la clasificación de forma neutral, es decir, sin hacer referencias culturales o valorativas.

Nombre del elemento y número de veces que se observa el elemento mencionado en todas las imágenes: Cerro de la silla (12), Palacio de Gobierno (3), Canal de Santa Lucía (3), Zona de la Huasteca (1), Parque Fundidora (1), Faro de Comercio de la Macro Plaza (1), Fuente Zeus de la Macro Plaza (1), Bandera de México en el Obispado (1), Puente del Papa (1.)

Clasificación por tipo de imagen y cantidad: Fotografías (12), Fotomontaje (1), Contenido publicitario (1), Imágenes con Personas (3), Elemento agua (4), Fotografías de noche (3), Fotografías de día (15), Vistas aéreas (8), Vista horizonte (8).

Análisis pre iconográfico de las herramienta
Colores: Azul cielo, Gris, Ocre, Pequeños detalles rojos. Composición: Se observa en todas las imágenes una composición dinámica, los elementos son inconstantes, simétricos, oblicuos, incompletos y descentrados.

2.2. *Análisis iconográfico*

Al contrario del análisis pre iconográfico, en esta etapa es importante destacar la participación del observador, su cultura, conocimientos y su creatividad son importantes para determinar el significado de los elementos visuales y llegar al significado.

Punctum

El punctum es el elemento más importante de todos. El punctum de esta serie de imágenes lo representa el Cerro de la silla, como el elemento que otorga un significado cultural de la región a la ciudad de Monterey; otro punctum es el edificio del Palacio de Gobierno, pero en estas imágenes no se puede apreciar ningún contrapunctum. En cambio en las que aparece el Cerro de la Silla se ve como contrapunctum el canal Santa Lucía, el Parque Fundidora, la Fuente de Neptuno o el Faro de luz de la Macro Plaza, también se puede observar en este mismo sentido la mancha urbana que conforma la ciudad, ya sea de día o al caer la tarde.

Análisis iconográfico de la narración

A continuación es necesario hacer un análisis de cada uno de los elementos, es decir establecer los significados individuales de cada uno.

Cerro de la silla: representa imponencia, fortaleza, magnitud, signo de grandeza, zona de montañas, zona árida, vigilante, permanencia, tiempo, totalidad, serenidad, certeza, felicidad, único.

Palacio de Gobierno: calidez, añoranza, elegancia, respeto, clásico, historia, permanencia, certeza, cultura, fundación, pasado, poder, Gobierno, arquitectura, cantera rosa, inconformidad social hacia el gobierno.

Paseo Santa Lucía: representa frescura, tranquilidad, orden, diversión, fluidez, espacio público, gente, alegría, esparcimiento, paseo familiar.

-Parque Fundidora: paseo familiar, arte, trabajo, deporte, naturaleza, cultura, historia, pasado.

-Faro de Luz: (Macro Plaza) modernidad, guía, elegancia, magnitud, color, alegría, centro.

-Análisis iconográfico de las herramientas del lenguaje visual

En este punto, al igual que en el anterior, es necesario hacer un análisis de cada una de las herramientas, en este caso se analizó el color: cuando se observaron en conjunto las imágenes se pudo ver con claridad la prevalencia de los tonos azules y grises, es posible apreciar toda la paleta de azules hasta llegar a la gama de grises, un poco de ocre gracias a la cantera de los edificios de algunas imágenes, no hay color, todo es calma, apagado, sin color, sobriedad, elegancia, austeridad.

2.3. Fundido

En esta parte del análisis es donde se relacionan todos los elementos que antes analizados por separado, buscando obtener un significado general.

La serie de imágenes analizadas representa una ciudad con un pasado sólido, personificado en un edificio de gobierno pero principalmente representado por una característica geográfica: el Cerro de la Silla. Imponente, un cerro rodeado de gente, de urbe, cerro que cobija a una gran ciudad, una metrópoli moderna, con parques y espacios públicos hermosos, con una vegetación sumamente cuidada y con agua, pero también es evidente que en la mayoría de las imágenes; la gente, la figura humana, es decir, la población, es casi nula; la población no es lo principal en estas imágenes; son los hitos geográficos, o arquitectónicos los que representan a esta ciudad.

3.- Estudio del contexto

En este punto del análisis de las imágenes se detalla lo relacionado con el contexto; quién y para qué se crearon las imágenes; por ejemplo en la imagen número dos:

Fotografía #2: <http://www.fotopaises.com/>

Fotopaises.com. Se anuncian como una forma de explorar el mundo: Fotos del mundo organizadas por continentes, países, comunidades, provincias, localidades y otros tipos de divisiones administrativas. En esta

página web podrás ver fotografías de monumentos, ciudades, calles, plazas, ríos, montañas, playas, barrios, acantilados, pueblos, volcanes, monasterios, etc. "Los verdaderos protagonistas de la Web son las personas que colaboran y comparten con el resto de usuarios sus fotografías." Foto de Monterrey - Nuevo León. Fotografía tomada en Monterrey – Nuevo León por Lizbeth Delgado González, publicada el día 7 de Octubre de 2007.

3.1 Autor o autores

Es necesario también saber quién o quiénes son los autores, además del nombre, es importante conocer su trayectoria de trabajo, y si es posible indagar los motivos por los cuales realizó la imagen que se está analizando.

A partir de este método se pudieron obtener algunos de los nombres de las personas que lograron captar las imágenes de la ciudad de Monterrey, aunque ninguno de los cuales es profesional en la fotografía; otra parte lo forman empresas dedicadas a promocionar desde distintos aspectos a la ciudad, ya sea para el turismo, negocios o para una convención, también se encontraron blogs dedicados a la ciudad en donde cualquier persona podría participar subiendo sus fotos.

3.2. Lugares

Podríamos tomar el lugar desde dos perspectivas, primero el lugar en donde fue realizado el trabajo o hecha la toma, y en segundo, el lugar de consumo o lugar de observación. En el primer caso no cabe duda, puesto que todas las tomas que se analizan son de la ciudad de Monterrey, N.L. En el segundo aspecto es importante señalar lo que se dijo con anterioridad: es un medio digital de uso masivo y donde se utilizó un buscador específico: Google. Es importante señalar la poca permanencia de la imagen; puesto que el buscador va moviendo de lugar las imágenes según el número de los usuarios que las utilicen y de acuerdo al algoritmo del propio buscador: el

lugar es el ciberespacio, un lugar que es alimentado por internautas, negocios, empresas, gobiernos, población que tiene la capacidad y las capacidades para manejarse en este medio.

3.3 Momentos

Para determinar el momento es necesario tomar en cuenta no sólo la fecha de creación de la imagen sino también el momento cultural que se estaba viviendo, momentos promocionales, comerciales, momentos históricos; es posible determinar al igual que en el punto anterior dos tipos de momentos, por un lado el momento de la realización y por otro el momento de la observación o consumo. El momento de la realización no es posible determinarlo del todo, sólo encontramos el dato de algunas imágenes con respecto a la fecha en que fueron subidas a la red, la más antigua es del 2002. El momento en que se realizó la observación fue el 24 de julio de 2012. Por lo tanto; ahora es posible determinar el momento a partir de estas dos fechas: Lo más destacado que ocurrió en la ciudad fue en dos aspectos: por un lado la constante modernización de la misma; la conexión del centro de la ciudad con el Parque Fundidora fue uno de los principales proyectos de esa época, el cual se ve reflejado en algunas de las imágenes. Por otra lado, la violencia causada por el narco tráfico: problema que no se ve reflejado en estas primeras 18 imágenes.

5.-Enunciación

Como parte final del análisis de comprensión de una imagen, es relacionan todos los elementos anteriores, tanto los elementos narrativos como los elementos del lenguaje visual. La idea radica en poder determinar el mensaje manifiesto y el mensaje latente de la imagen en general.

“Mensaje manifiesto: información explícita, aquella

que el espectador cree que está recibiendo. Mensaje latente: información implícita, aquella que el espectador recibe de verdad, pero sin darse cuenta de ello la mayoría de las veces.” (Acaso,2009: 154).

El mensaje manifiesto en las imágenes es la representación de una gran ciudad, una geografía imponente y majestuosa que se distingue de lo demás, que le da identidad, parques hermosos, vegetación, agua; edificios de una época pasada, es decir cultura, historia. El mensaje latente de las imágenes de la ciudad de Monterrey es que es representada a partir de sus edificios históricos y de poder. A pesar de que otras instancias gubernamentales o municipales se encuentran alojadas en edificios contemporáneos, los internautas prefieren reconocer a la ciudad desde este edificio histórico, lo que significa que hay una tendencia de los internautas mas marcada hacia la tradición en detrimento de la arquitectura moderna. La presencia indudable del Cerro de la Silla es un icono de identidad que el regiomontano aprecia mucho, es una referencia que es posible observar desde cualquier punto de la ciudad por distante que sea, convirtiéndose en hito natural para la ciudad; un punto de referencia geográfico indiscutible. La presencia del agua en algunas imágenes puede significar el orgullo de poder contar con ella, con parques, fuentes, ríos, a pesar de la problemática del agua y de la situación geográfica, pues es una zona árida del país. Lo que es evidente es la falta de personas en las imágenes, lo que puede significar que la sociedad o las personas no son representativas de la ciudad.

Conclusiones

El interés en estudiar las nuevas tecnologías digitales y de comunicación como fuentes innovadoras de información, se genera a partir de reconocer su influencia en los imaginarios urbanos, en esta parte subjetiva del urbanismo, en la parte que forma la ciudad, en la parte que reside y la parte que nutre a la misma espacialidad; aunque no necesariamente se tengan que materializar, los imaginarios urbanos se identifican como el fruto de la

interacción entre los pensamientos de los habitantes y todo lo material de la ciudad.

Responder a una de las preguntas planteadas al inicio, a saber, ¿cómo se representa el imaginario urbano de Monterrey en Internet? El caso de estudio anterior nos enfrenta a la posibilidad de encontrar la respuesta a tal interrogante. A través de realizar el análisis de las imágenes, se encontró no sólo con los mensajes latente y manifiesto que Acaso (2009) enuncia, conclusiones que nos llevan a revelar cuál es el imaginario de una ciudad como Monterrey, N.L., sino que además encontramos que la participación de los internautas en la red es muy productiva; la mayoría de las imágenes que nos presenta el buscador a través de su algoritmo secreto fueron elaboradas y subidas a la red por personas sin interés alguno más que colaborar en un blog o en una página web con sus tomas de manera gratuita, sin interés alguno. Esto me lleva a inferir que dentro del ciberespacio podemos encontrar manifestaciones de la sociedad como son los imaginarios urbanos del AMM y la participación ciudadana en medios digitales.

Un factor integrante de la ciudadanía es la participación ciudadana considerandola y también como otro elemento fundamental en la toma de decisiones para realizar un diseño urbano que esté acorde a la sociedad actual y que invite a la participación. Por lo tanto, analizar el imaginario urbano en un medio electrónico de fácil acceso sería de gran utilidad. Para el planificador urbano tener una herramienta de fácil manejo sobre la visión de los habitantes, estar al tanto de cómo interiorizan el lugar, y a la ciudad misma, sería como estar un paso adelante para llevar a cabo un proyecto urbano exitoso y visionario.

La información que se obtuvo del buscador Google puede llegar a ser el elemento principal para hacer una interpretación sobre los imaginarios urbanos y su posible transformación; con la pretensión teórica de establecer sobre la base de datos, que de por sí se almacena cotidianamente en los entornos virtuales, interpretaciones más

amplias sobre las maneras en que se interioriza a la ciudad y cómo este proceso de interiorización es afectado por el medio en el que se da la interacción, es decir, un medio virtual, y a partir de ello se pudieron caracterizar los elementos que ayudan a interpretar de otra manera los imaginarios urbanos.

Referencias bibliográficas

- Acaso López-Bosch, M. (2009). *El Lenguaje Visual*. México: Paidós.
- Bourdin, A. (2007). *La Metrópoli de los Individuos*. México: Lupus Inquisitor.
- Castells, M. (2004). *La Era De La Información. El Poder De La Identidad, II. Siglo XXI*. México.
- CCassin, B. (2008). *Googléame. La Segunda Misión De Los Estados Unidos*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Lazo, S. (2009). La Intervención Política de los Movimientos Sociales en la Sociedad de la Información. *Unirevista*, N° 1, p. 86.
- Lazuly, P. (2003). *El mundo según google. Los ocultos criterios de los motores de búsqueda*. Edición Buenos Aires: Cono Sur.
- Lyotard, J.F. (2006). *La Condición Postmoderna: Un Informe Sobre Conocimiento*. Madrid: Editorial Catedra.
- Tilly, C. (2010). *Los movimientos sociales. 1768-2008*. Desde sus orígenes a facebook. Madrid: Crítica.
- Tirado, Serrano, F. J. (2005). *La virtualización de la sociedad*. Barcelona: Universidad autónoma de Barcelona.
- Wunenburger, J.J. (2003). *Antropología del Imaginario*. Buenos Aires: Ed. Sol.