



DISCURSO

& SOCIEDAD

Copyright © 2022
ISSN 1887-4606
Vol. 16(3) 598-631
www.dissoc.org

Artículo

Todos los caminos llevan a *Roma*: El reto de la (des)racialización de la mujer indígena en México

All roads lead to Roma: The Challenge of De-Racialization of the Indigenous Woman in Mexico

Gabriela Díaz-Dávalos

Department of Modern Languages and Literatures
California State University, East Bay

Resumen

La crítica mexicana a la protagonista de Roma (Cuarón, 2018) en medios de comunicación ha evidenciado el estado actual de las prácticas de inclusión y exclusión de la identidad indígena en México. El estudio del uso de elementos semióticos en el paisaje mediático y elementos lingüísticos performativos muestra cómo, en interacciones multimodales, los medios de comunicación siguen contribuyendo a la subalternación de grupos minoritarios. También se señalan contextos sociales específicos que dan lugar a producciones simbólicas que, como prácticas raciolingüísticas, indexican poder simbólico a 'lo europeo' mientras que 'lo indígena', en ocasiones, transgrede espacios sociales para adquirir una voz propia mediante estrategias esencialistas. Este proceso expone la mercantilización de representaciones culturales de pueblos originarios, lo que perpetúa la reproducción hegemónica eurocentrista. Sin embargo, Yalitza Aparicio problematiza la ontología de 'raza' al capitalizar estratégicamente en su identidad para adquirir voz propia y desestabilizar los sistemas epistémicos actuales en México.

Palabras clave: multimodalidad, políticas de representación, pueblos indígenas

Abstract

Mexican criticism of the protagonist of Roma (Cuarón, 2018) has highlighted in the media the current state of inclusion and exclusion practices of the indigenous identity in Mexico. The study of the use of semiotic elements in the mediascape and performative linguistic elements shows how in multimodal interactions, the media continues to contribute to the subalternation of minority groups. There are also specific social contexts, which give rise to symbolic productions that, as raciolinguistic practices, they index symbolic power to 'European-ness', while 'Indigenous-ness' occasionally transgresses social spaces to acquire a voice through essentialist strategies. This process exposes the commodification of cultural representations of indigenous peoples, which perpetuates Eurocentric hegemonic reproduction. However, Yalitza Aparicio problematizes the ontology of 'race', by strategically capitalizing on her identity to acquire her own voice and to destabilize the current epistemic systems in Mexico.

Keywords: multimodality, representation politics, indigenous communities

Introducción

Las elecciones de 2018 demostraron que México estaba harto de ‘lo mismo’ y que necesitábamos ‘un cambio’. Desde la toma de protesta del nuevo presidente, el pueblo, ansioso de justicia, esperaba el desarrollo de las tan prometidas propuestas sociales que suponían una mejora para los sectores de la población más olvidados por sexenios anteriores. Sin embargo, luego de dos años, la situación parece estar estancada en varios ámbitos, exponiendo un discurso de inequidad social, cuyos contextos sociales han dado lugar a producciones simbólicas en la cultura popular. La película *Roma* (2018) es una de esas producciones, la cual toma lugar en un ámbito social en el que el Estado mexicano se rehúsa a reconocer la autonomía de las naciones indígenas (Aguilar Gil, 2018). Tal como los caminos del imperio romano nos llevan al núcleo de poder, la película *Roma* muestra un epicentro discursivo sobre la problemática inequidad en México. De la misma manera que en el refrán aludido se vislumbra un final que es alcanzado por cualquier camino, la protagonista indígena de *Roma* (2018) es el agente que anda y nos lleva andando por esos caminos metafóricos, a través de elementos semióticos que circulan alrededor de su imagen.

Contexto sociohistórico

“*Roma* es celebrada por razones equivocadas”, afirma Žižek en uno de sus múltiples artículos, y añade que la forma de representar a Cleo, la protagonista de la película, fuera de un rol de autosacrificio demuestra la explotación de esta figura y es “parte de la trampa que la esclaviza” (2019: 2). Esta inequidad social se ejemplifica en la recepción del público y en sus divergentes opiniones y apreciaciones de su interpretación por la actriz mexicana de ascendencia mixteca y triqui, Yalitza Aparicio, quien ha logrado materializar en distintos espacios, una revaloración de la identidad raciolingüística de la mujer indígena en la cultura popular dentro y fuera del país. Como analizaremos en el presente artículo, parte de la crítica mexicana adscribe su éxito a una forma tergiversada de ‘acción afirmativa’ y muestra un rechazo hacia una revolución estética, lo cual coloca la representación visual (imagen) de la mayoría de la población mexicana de ascendencia mestiza o indígena, dentro de un continuo de significantes que se encuentran en el terreno de lo estigmatizado, ilegítimo o subalterno. Además, la figura de Yalitza como sujeto social y por ende ligada a

lo que hace y a lo que dice, también conlleva referentes identitarios raciolingüísticos que surgen a raíz de la representación de la protagonista dentro y fuera de la película. Tal es el caso, por ejemplo, del uso performativo del mixteco (el cual es una de las 68 agrupaciones lingüísticas en México y de las cuales se derivan 364 variedades; INALI, 2020), el cual ella usa dentro y fuera de los diálogos de la cinta.

El peso histórico que posee la racialización del cuerpo indígena es otro elemento que hemos de considerar. Según Aníbal Quijano, (2000), la categorización ‘biológica’ de cuerpos (desde el siglo XV) y la consecuente ‘homogeneización’ de ‘lo indígena’, que a su vez categoriza tanto a hablantes como a las lenguas mismas, provee una plataforma para abordar el tema de ‘las lenguas indígenas’ desde una perspectiva panorámica.¹ Sin embargo, cabe destacar que la política de integración a los mecanismos del Estado mexicano fomenta la inclusión de individuos, pero impide el empoderamiento de la colectividad que, como bien señala Yásnaya Aguilar Gil (2018: 8), “sigue la lógica integracionista” y se rehúsa a reconocer la autonomía de las naciones indígenas dentro de un proyecto nacional que promueve la homogeneización hacia un mestizaje o “desindigenizaje”.

En este contexto discursivo, Yalitza Aparicio encarna entonces la figura capaz de hacer un reclamo legítimo de *su* representación semiótica en la práctica social mexicana, cuya indexicalidad no solo abarca el mixteco sino a *las lenguas indígenas* y, en un sentido más abstracto, a ‘*lo indígena*’ como parte de su propia identidad.² Es así como, según Quijano, se manifiesta la subjetividad colectiva (2000: 215) y surge la ‘intersubjetividad’ que define el ‘yo’ y el ‘otro’ desde la organización de los imaginarios colectivos. Por tanto, podemos sugerir que, en México, Yalitza es “una manifestación de la subjetividad individual y colectiva” (Bustos, 2003: 28) de los pueblos originarios. De esta forma, la celebración de Yalitza busca la reivindicación de la mujer indígena en México. Sin embargo, como demostraremos en el análisis de modos de comunicación específicos, la elección de elementos semióticos particulares en distintos espacios problematiza su representación por estar vinculada a elementos europeizantes que, a su vez, relegan lo autóctono hacia un exotismo cuyo capital simbólico es disputado en distintos medios en los cuales vemos la presencia de agentes legítimos con una función legitimadora. Además, hay un control discursivo del uso del mixteco (la ‘voz’ indígena) dentro y fuera de la película, el cual refleja, tanto la lucha actual en México por los derechos lingüísticos en distintos ámbitos institucionales, como una faceta con nuevos espacios de representación. Es así como la ‘nueva’ imagen de

Yalitza problematiza el concepto de raza explotando, en ocasiones, esta categorización para adquirir poder simbólico dentro del contexto social mexicano.

Marco teórico

El ciberdiscurso emergente a partir del estreno de *Roma* (2018) en medios sociales como Facebook, Instagram, Twitter y YouTube, sin duda pone en evidencia dos facciones polarizadas dentro de la sociedad mexicana: los que están en contra y critican de forma abierta y obscena a la actriz, y los que están a favor de ‘la Yali’ y buscan ser su fan número uno. Esta segunda facción muestra en principio una faceta contrahegemónica en torno a la conceptualización de ‘raza’ ya que muestra la interpretación de ciberusuarios que salen en ‘defensa’ de ‘su Yali’. Sin embargo, la polémica en torno al racismo explícito generó varias actitudes valorativas hacia lo que habría o no de ser socialmente aceptado, y puso en evidencia la intolerancia hacia declaraciones de esta índole. Teun van Dijk (1992) identifica estrategias de esta índole como una forma de “negación del racismo”, el cual tiene un aspecto individual (a nivel micro) y social (a nivel macro) (p. 88-89), y añade que, entre más explícito o legitimado sea el racismo, se encontrará una menor cantidad de negaciones o excusas por actos y discursos racistas (p. 94). Es así como las “élites simbólicas” expresan y reproducen sus creencias, ideologías, planes y políticas, además de tener un papel fundamental en la reproducción del racismo institucional (van Dijk, 2006; 2007; 2003).³

De este modo, vemos cómo en estos discursos ‘a favor’ y ‘en contra’ que circulan en dichos medios sociales (o paisaje cibermediático) se encuentran representaciones semióticas intra e intertextuales, que buscan ya sea criticar o reivindicar la imagen de una identidad marginalizada dentro del contexto social mexicano, para así despojarla de prestigio o bien reivindicarla a su antojo. En este punto, resulta útil considerar el concepto analítico de “modo” que proviene de la teoría de multimodalidad de Gunther Kress y Theo van Leeuwen (2001). Kress y van Leeuwen (2001) y Kress (2010) entre otros, establecen que un “modo” como sistema de representación semiótica es el contenido de un mensaje, el cual puede tomar varias formas, ya sea texto, color, textura, etc. Además, Jewitt (2016) señala que un “modo” es un conjunto de recursos semióticos organizados socialmente con el fin de crear un significado contextual (p. 71). Por tanto, el análisis de un “modo” se enfoca en el significado comunicativo de un texto (i.e., *meaning-aspect*), mientras que el “medio” es la manifestación material del texto como su producción y

distribución para el consumidor (i.e., *form-aspect*).⁴ De esta manera, un “modo de comunicación”, o sistema de representación constituido por su uso social siguiendo la definición de Jewitt (2016), es usado para referirse a un conjunto organizado de recursos que generan significado (i.e., *meaning-making*) (Jewitt y Kress 2003: 1-2). El ‘modo’ entonces, tiene un potencial de significado contextual, como cualquier sistema de representación.⁵ Basándonos en este potencial de significación, nos enfocaremos en modos específicos y analizaremos la forma en que estos crean discursos y significados específicos en el contexto social mexicano.

El análisis de datos en el presente estudio examina el control de la ‘voz’ indígena, así como al uso contextual de imágenes y de colores particulares como modos de comunicación relacionados con la imagen de Yalitza. El enfoque en el color como modo de comunicación se justifica al considerarlo como un recurso social y cultural para crear significado (Kress 2010: 79), lo cual se puede observar en el uso específico de patrones de colores como elementos semióticos que conllevan distintos objetivos de representación. En este caso específico, Kress y van Leeuwen (2002) explican que el color ofrece una dimensión de significados por su naturaleza fisiológica, ya que tiene valores paramétricos identificables (tales como valor, saturación, pureza, modulación, diferenciación y tonalidad), los cuales se definen mediante la interrelación de variables observables, cuya significación está sujeta al contexto social.⁶ Cabe destacar que, según Bateman, Wildfeuer, e Hiippala (2017), los modos de representación son interpretados con relación a sí mismos y con relación al contexto en el que se sitúan y, por ello, el mayor reto en la investigación multimodal es la definición de estas interdependencias para investigar sistemáticamente dichos modos (p. 17). De esta forma, este estudio identifica las representaciones de la figura de Yalitza, así como las interdependencias de estas con otros modos de comunicación (tales como colores específicos) en el paisaje mediático y cibermediático, las cuales adquieren significados específicos dentro del contexto mexicano, como ilustraremos más adelante.

Esta dimensión de significados también se puede racionalizar mediante los “espacios conceptuales” de Peter Gärdenfors, (2004), en donde la percepción del color es explicada por similitudes, diferencias, y en general por la relación entre las propiedades de un color y otro (por ejemplo, el color naranja es más cercano al amarillo que al verde, etc.) (p. 10-11); esta noción es muy similar a la relación semántica entre un vocablo y otro.⁷ Van Leeuwen (2011) también explica que las prácticas de asociación color-significado son

similares al proceso de codificación experiencial, ya que la materialidad de los ‘sistemas de colores’ con propiedades y dimensiones paramétricas específicas, atribuyen significados específicos a distintos colores, ya que estos interactúan con discursos regulados por ‘autoridades sociales’ (tales como expertos de moda, diseñadores, artistas, etc.).⁸ Es así como el color puede convertirse en un modo de comunicación y reflejar el ambiente social al tener un significado dentro del contexto discursivo como ejemplificaremos más adelante, dado que “lo social está dentro del signo lingüístico y no fuera de éste” (Kress, 2001: 37). De este modo, el análisis se enfoca en formaciones discursivas en torno al control de la ‘voz’ de la lengua indígena, el uso de imágenes específicas con un significado específico en el contexto social-cultural mexicano y, finalmente, el uso de colores específicos como sistema de representación en dicho contexto.

A través de esos distintos modos de comunicación se encontraron representaciones con elementos motivados por ideologías hegemónicas; es decir, las formas semióticas que toma el mensaje reflejan la episteme en términos de Michel Foucault (1966), y pueden así adquirir capital cultural y poder simbólico, en términos de Pierre Bourdieu (1991). La crítica en distintas plataformas se centra en la película y en el rol de la protagonista, pero no en la mercantilización de la imagen ni en elementos semióticos relacionados a ella, presentes en distintos modos de comunicación que, como ya hemos indicado anteriormente, indexicalizan la identidad raciolingüística de la mujer indígena en México.⁹ Los elementos discursivos y semióticos que abordamos en este estudio como el control de la lengua y el uso de imágenes y colores como ‘modos de comunicación’, son una forma de representación y significación, los cuales producen una consecuente recepción a través de medios sociales (i.e., *media*).¹⁰ El análisis del uso de dichos ‘modos’ muestra que las elecciones de elementos semióticos específicos reflejan una disputada negociación de significados (en términos bakhtinianos, un “discurso heteroglósico”), y muestran cómo ciertas “élites simbólicas” (van Dijk, 2006; 2007; 2003) pueden influir en dicha creación de significado(s).¹¹

Ahora bien, según la teoría de Bourdieu (2005), los “campos” constituyen la estructura social en donde las relaciones sociales determinan diferencias, similitudes y jerarquías demarcadas en las relaciones de poder.¹² De esta forma, un campo adscribe tanto identidad como valor, y la figura de Cleo en la pantalla grande fue la que llevó a Yalitza a Hollywood y, es aquí, donde Yalitza comienza a estar presente en distintos espacios de representación: primeramente, entra al cine y después en la farándula, lo que por consiguiente la sitúa en el mundo de la moda. Consecuentemente, los distintos discursos en

revistas *mainstream*, programas de televisión y comentarios en redes sociales, son los que evidencian en el plano público el cuestionamiento del ‘canon de belleza’, dónde situar a Yalitza, y qué representará en términos sociales dentro del imaginario colectivo mexicano. Sin embargo, el mundo del espectáculo no es el único espacio que transgrede, ya que Yalitza entra en el ámbito político en el 2019 al convertirse en embajadora de Buena Voluntad para la UNESCO. Cabe destacar que, en México, las naciones indígenas son vistas como “categorías culturales” y no como “categorías políticas” (Aguilar Gil, 2018); es decir, que se fomenta la participación social en actividades o contextos culturales, pero no en contextos políticos.¹³ Al ser portadora de voz de la UNESCO, Yalitza adquiere voz política, dado que tiene acceso a canales de distribución que antes no tenía; es decir, problematiza la *doxa* al convertirse en una oradora legítima y con voz propia.¹⁴

En los estudios del análisis crítico del discurso, es imperativo enfocarnos en las condiciones sociales y las relaciones de poder que dan lugar a producciones culturales como es el caso de *Roma* y sus ‘camino’ o discursos conectados a ella. Bourdieu (1984) menciona que “el campo es una cierta estructura de distribución de un tipo de capital” (p.139); como veremos a continuación, la inclusión de la figura de Yalitza, en diferentes formas de reproducción simbólica le otorga, en ocasiones, un espacio propio de representación que ella explota estratégicamente para adquirir capital simbólico en distintos campos. Gayatri Spivak (1987) explica que el “esencialismo estratégico” consiste en formas e ideas esenciales o estereotípicas que grupos subalternos evocan en su auto-representación con el fin de ganar poder político y cultural. Como mostramos en el presente análisis, el uso de elementos semióticos asociados con la figura de Yalitza que son usados por la industria del cine, la moda y el ámbito político, proveen diferentes contextos en los que compiten distintos significados, los cuales son articulados en términos hegemónicos. De esta forma, Yalitza se traslada a través de distintos campos en los que en algunas situaciones es capaz de explotar el referente de ‘lo indígena’ y ser empoderada simbólicamente.

Metodología

Como se ha venido esbozando anteriormente, el objetivo de este estudio es mostrar las prácticas discursivas de inclusión y exclusión de la identidad de la mujer indígena a través de un análisis crítico de formaciones discursivas en torno a la imagen de Yalitza, además de exponer cómo dichas formaciones

adquieren un significado específico dentro del contexto social mexicano. De este modo, la problemática de la (des)racialización en la representación semiótica de la mujer indígena, tomando por caso a Yalitza, nos remite a las siguientes preguntas de investigación: ¿Cómo se representa la figura de Yalitza a través de elementos semióticos como el control discursivo de la ‘voz’, la imagen, y el color en contextos sociales de divulgación pública, tales como la industria del cine o la moda, o bien la política? ¿qué estrategias racializantes o des-racializantes encontramos en dichas representaciones? y finalmente, ¿qué factores o agentes de legitimación giran en torno a Yalitza y cómo ella utiliza su agencia con fines de auto-representación para ganar poder simbólico? Para responder a estas interrogantes, nos enfocamos en dimensiones semióticas de elementos discursivos como el control de la ‘voz’ indígena, el uso de imágenes con un significado contextual, y el uso de colores específicos como modos de representación y significación. Partiendo entonces desde un enfoque en los recursos semióticos disponibles (y por ende con potencial de significado) y las selecciones de representación, el análisis de datos en este estudio examina el uso de tales modos de comunicación en el contexto social mexicano.¹⁵

Para obtener un corpus representativo, se exploraron cualitativamente y a través de recursos semióticos encontrados en periódicos, revistas y plataformas virtuales, los discursos en torno a *Roma* (2018) y en torno a la protagonista, a partir del estreno de la película hasta principios del año 2020. De esta forma, decidimos enfocarnos específicamente en el contenido de portadas e imágenes de Yalitza en torno al tema de la (des)racialización en México en revistas populares dentro del ámbito de la moda y la farándula, tales como Revista Club, Vogue, ¡Hola! México, y Vanity Fair. Asimismo, se analizó el contenido de páginas oficiales de Yalitza en las plataformas de Facebook, Instagram y Twitter, incluyendo las interacciones de ciberusuarios presentes desde finales de 2018 hasta principios de 2020. En los ejemplos encontrados, se observó una polémica ciberdiscursiva en actitudes valorativas, posturas y opiniones, tanto de cibernautas como de los mismos medios de comunicación, mostrando así, formaciones discursivas representativas de discursos ‘a favor’ y ‘en contra’ en plataformas virtuales. A continuación, se delimitaron los ejemplos más representativos de dichos discursos ‘a favor’ y ‘en contra’, y se incluyeron en el análisis de la presente investigación. Finalmente, se consideró la relación de dichas representaciones con discursos relacionados, tales como campañas publicitarias gubernamentales y eventos del medio de la farándula como los Óscar, con el fin de ilustrar la relación intertextual con otros discursos en torno a la actriz.

Como ya hemos explicado anteriormente, nos enfocamos en dimensiones semióticas, específicamente en los diferentes modos de comunicación que se materializan en diferentes medios, con el fin de mostrar los distintos discursos en torno a las representaciones de Yalitza. De esta forma, se ubicaron patrones de elementos discursivos en los modos de significación abordados en este estudio ('voz', imágenes, colores) como sistemas de representación dentro del imaginario colectivo mexicano y, considerando dichas representaciones como producciones simbólicas, se delimitaron ejemplos representativos de elementos discursivos para cada modo y para cada discurso ('a favor' y 'en contra'). Estos discursos evidencian las relaciones intra e intertextuales de dichas representaciones semióticas en torno a la imagen de una identidad que, en el contexto social mexicano, ha sido marginalizada históricamente. Los resultados revelan la configuración de la identidad indígena que se gesta en formaciones discursivas, cuyas representaciones se encuentran en distintos modos ('voz', imágenes, colores), los cuales son articulados en términos hegemónicos y, por tanto, 'controlados' en términos discursivos. Estas formaciones discursivas también demuestran la representación de Yalitza en distintos campos (Bourdieu), tales como el cine, la farándula y el espectáculo, la moda y los discursos en torno al canon de belleza y, finalmente, el ámbito político. Dentro de estos distintos campos, hay una evidente regulación sistémica de la imagen y la 'voz' de la mujer indígena, la cual analizaremos en detalle a continuación.

Análisis

En esta sección se examinan y discuten los recursos semióticos más destacados y con mayor relevancia, los cuales fueron encontrados en los medios de comunicación establecidos en la sección anterior. También se presentan los ejemplos más representativos de formaciones discursivas en torno a la protagonista de *Roma*, las cuales emergen en torno al control de la 'voz' indígena o al control de imágenes y colores específicos. Asimismo, se demuestra cómo dichas representaciones adquieren un significado específico dentro del contexto socio-discursivo mexicano, las cuales ponen en evidencia una hegemonía cultural (Gramsci, 1971) que gira en torno a 'lo europeo' y nos remonta al pasado colonial. Además, el análisis explora cómo ciertas representaciones de la actriz dialogan en los campos del cine, la farándula, la moda, la 'belleza' y la política, dentro del paisaje mediático y cibermediático del país, y cómo Yalitza se convierte en un promisorio ícono de reivindicación identitaria y agente contrahegemónico.

Evolución de la estética: representación de fenotipos

El vocablo ‘evolución’ está cargado de significados relacionados con transformación, crecimiento, progreso, entre otros y, por ende, en ‘vías de desarrollo’. En estos vocablos, existe una relación ideológica y sociohistórica con la ‘modernidad’, ya que “el proceso de producción de la modernidad tiene una relación directa y entrañable con la constitución histórica de América Latina” (Quijano, 1988: 10). Como alega el sociólogo peruano, “... el modo de producir, de los estilos de consumir, de la cultura y de los sistemas de organización social y política de los países del capitalismo desarrollado, [son] considerados como paradigmas de una exitosa ‘modernización’” (Quijano, 1988: 9). En un estudio distinto, sostiene que “[l]a modernidad es, pues, también una cuestión de conflicto de intereses sociales” (Quijano, 2000: 217); es así como se crea una dicotomía de significados entre el ‘yo’ (moderno) y el ‘otro’ (no-moderno), en la que dicha modernidad es eurocéntrica, dejando fuera a todo lo que se aleja social y semióticamente de ella. Además, el colonialismo es la forma más “racializada” de discriminación, dado que los “otros” se pueden percibir visiblemente diferentes (van Dijk, 2006: 21). En aras de la ‘modernidad’ se ha discriminado a grupos minoritarios y ciertos contextos sociales en México han dado lugar a producciones simbólicas aberrantes en distintos medios como la cosificación de la mujer indígena en el 2018, como bien se observa en la siguiente imagen.



Figura 1. Revista Club de Grupo Reforma, Jul/2018

En febrero de 2019, el diario *The Boston Globe* argumentaba que “la clase privilegiada de mexicanos blancos o *Whitexicans*, ahora consideran *über chic* el usar personas indígenas como utilería de decoración” (p. 6). Otro ejemplo de representación eurocentrista es el uso de técnicas mercadotécnicas como el

blanqueamiento de piel (figura 2) o la deformación del cuerpo (figura 3) para adaptarse al canon europeo: más blanca/alta. Estas imágenes más recientes que deforman el físico de Yalitza por cuestiones ‘estéticas’ muestran un intento por desindigenizar la imagen; es decir, distanciarse del ‘otro’.

Muchos usuarios de Twitter consideran que la campaña #MujeresLenovo blanqueó el rostro de #YalitzaAparicio, quien ha puesto en la conversación pública la importancia de la representación de las mujeres indígenas en el cine.

¿Qué opinas?



13:57 - 28 ene, 2019

Figura 2. Campaña Lenovo, 2019



Figura 3. Revista ¡HOLA! México, 2019

En sus modos de representación, esta ‘estética’ muestra un ‘camino’ y un retorno a la era colonial, los cuales además se ven reflejados en la praxis social y denotan el poder simbólico atribuido a dichas representaciones, ya que el discurso social (i.e., a nivel macro) es el que tiene mayor impacto y es el que construye el consenso dominante (van Dijk, 1992: 89) o bien, la *doxa* (Bourdieu, 2007). Por ejemplo, en una entrevista acerca de esta imagen (figura 2), la cual cuestionaba la perspectiva de su propia imagen, Yalitza declaró: “...aprecio el arte que hace cada camarógrafo, ellos son los expertos que saben qué técnicas van a utilizar y [es] respetable cada trabajo” (Aparicio, 2019b). La legitimación del canon de belleza por ‘expertos’ empodera precisamente a los acreditados para ‘hablar’ y, en este caso, de cambiar su imagen al gusto del consumidor (que como vemos tiene gustos eurocéntricos/hegemónicos), mientras que dicho discurso reduce la agencia que ella tiene sobre su propia imagen por no ser de ‘los que saben’.

De esta manera, se pone en evidencia los constructos de la *doxa* que rige el imaginario colectivo en México y que refleja la falta de equidad dentro del plano simbólico, así como en la praxis social, como bien afirma Aguilar Gil (2018): “[e]l Estado tolera e incluso alienta la existencia de los pueblos indígenas sólo cuando se trata de sus manifestaciones culturales. Los espacios oficiales [...] se concentran sobre todo en el sector cultural, mientras que los espacios políticos siguen todavía cerrados” (p. 9). La falta evidente de acceso al

campo político de pueblos originarios demuestra una agencia sesgada tras un discurso eurocentrista revestido de ‘modernidad’. De acuerdo con el estudio realizado por el INEGI en el 2016 (figura 4), existe una relación entre la autopercepción de los tonos de piel y el acceso a la educación y empleo, que bien acuñó Alejandro Lipschütz como “pigmentocracia” desde 1975. Este concepto iba en contra del discurso del mestizaje o la “raza cósmica” que se proponía como modelo social a finales del siglo XIX y principios del siglo XX (Vasconcelos, 1925), cuya solución según Aguilar Gil (2018), es homogeneizar a la población mediante la acción de desindigenizar.¹⁶



Figura 4. INEGI, 2016

En la actualidad, en México es socialmente aceptado el uso del término “publicidad aspiracional,” cuyo objetivo es persuadir al consumo de ciertos productos asociados con ‘ser blanco’ ya que “nos hace parecer más a esa gente afortunada en lugares más elevados de privilegio y belleza” (Navarrete, 2017: 14). Ejemplos de esta publicidad tan común en el país, se pueden apreciar en las imágenes de figuras 5 y 6, las cuales evidencian que el ascenso en la estructura social está ligado al blanqueamiento dentro de la cultura de consumo nacional. No es de extrañarnos entonces, que el *photoshop* sea una forma de ‘acercarse’ al grupo social con mayor capital simbólico y, como consecuencia, de distanciarse del grupo social con menor acceso o prestigio y, por ende, con menos ‘voz’.¹⁷ Este discurso xenocentrista ha dado lugar a representaciones gráficas de dicha problemática como el *hashtag* #skinometer (figura 7) que muestra un continuo de estigma-prestigio, y el cual habría de incluir el mundo de la farándula en el 2017.



Figura 5. Twitter, Jun/2016



Figura 6. Twitter, Feb/2019



Figura 7. Meme Skin-O-meter, Abr/2017

El estreno de *Roma* a finales de 2018, y la consecuente nominación de Yalitza a mejor actriz en el 2019, muestran una fisura en dicha episteme, puesto que invalida el significado del meme y del constructo social que lo sostiene, lo que da lugar a una negociación de significados que puede o no, resultar en un verdadero empoderamiento de la mujer indígena. De la misma forma que la lengua se mantiene con potencial de significación, el discurso heteroglósico muestra una “coexistencia de contradicciones socio-ideológicas” (Bakhtin, 1981). Del mismo modo, observamos una negociación de capital simbólico entre: 1) el blanqueamiento como asociación al canon cultural de prestigio (i.e., fuerzas centrípetas) y 2) la inclusión de distintas representaciones raciolingüísticas en el continuo de prestigio (i.e., fuerzas centrífugas). La consecuente estratificación dentro de este continuo de representación ofrece un espacio para cuestionar la distribución de capital simbólico, ya que provee la posibilidad de cuestionar la ontología del continuo mismo y de las estructuras sociales que lo sostienen.

El ciberdiscurso como interfaz

Los medios de comunicación sirven como plataforma comunicativa entre instituciones y usuarios y, en el caso de las redes sociales, el ciberdiscurso sirve de interfaz entre el mensaje y los usuarios, de modo que los usuarios interactúan con el mensaje a través de opiniones o emociones (tales como *likes*, o comentarios). De esta forma, ideologías y prácticas sociales se manifiestan a través de actitudes valorativas, posturas y opiniones, tanto de cibernautas, como de los medios mismos (i.e., revistas, periódicos, etc.). Como mencionamos anteriormente, la crítica en redes sociales de Yalitza analizada en las páginas oficiales de la actriz en las plataformas de Facebook, Instagram y Twitter a partir del estreno de la película (2018) hasta principios de 2020, ha tomado distintas facciones. En periódicos y redes sociales se critica la falta de voz de Cleo, así como del control de su cuerpo, lo que en ocasiones se le ha designado como una falta de agencia (Lewis, 2019). Asimismo, el *Boston Globe* (2019) caracteriza a Yalitza como “adoptada por revistas norteamericanas, de la misma forma que la familia ficcional la emplea en la película, vestida con ropa de Prada, Gucci, y Louis Vuitton” (p. 5). Esta falta de agencia pasó a ser parte de la polémica ciberdiscursiva en torno a la actriz. Por su parte, los usuarios en redes sociales con acceso a opinar sobre formaciones discursivas en torno a la actriz contribuyen a la (re)interpretación de elementos semióticos y, por ende, a la construcción de significados afines a dicha percepción y a su consecuente aceptación social. Este proceso, además, refleja la ideología estructural de diversos sectores, como se puede apreciar en las siguientes imágenes.¹⁸



Figura 8. Vanity Fair, Nov/2018

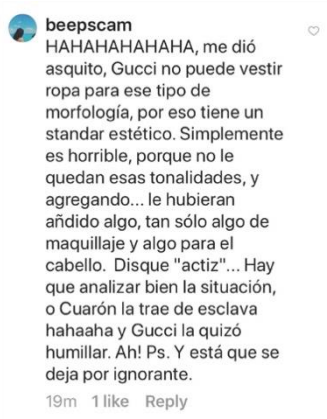


Figura 9. Ciberdiscurso, Dic/2018

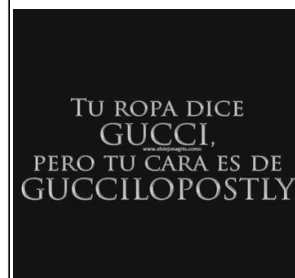


Figura 10. Twitter, Jul/2019

Por un lado, los usuarios que buscan deslegitimar a la actriz con ataques racistas le atribuyen su éxito a mera ‘acción afirmativa’ (el hecho de ser indígena) y destacan una incongruencia de su imagen con la “estética” o la “belleza” (figuras 8 y 9). Ellos conceptualizan el signo de Yalitza/Gucci como una antítesis que enfatiza la incompatibilidad entre lo indígena y lo europeo-*chic*, y la relegan a estereotipados espacios motivados ideológicamente por constructos fosilizados de la era colonial.¹⁹ De esta forma, la moda, el prestigio y lo *chic*, son características específicas europeas y dichas prendas u objetos se convierten en componentes/agentes legitimadores; si bien no hay que olvidar que *Roma* se estrena en Italia y después en México, lo que nos remonta nuevamente al historial tanto de producciones como de productores culturales y su adquisición de capital simbólico después de su estancia en Europa.²⁰

Por el contrario, los usuarios que critican la retórica racista y piden que “la dejen en paz”, victimizan la figura de Yalitza y perpetúan su falta de agencia en lo que van Dijk categoriza como “negación del racismo” (1992). En el caso de estos ciberusuarios ‘justicieros’, se manifiestan estrategias de “inversión”, las cuales representan al ‘otro’ como “racista”, además de que califica de intolerantes a los “anti-racistas” (van Dijk, 1992: 94). Si bien, “[e]l racismo de la élite se ve legitimado por el racismo popular” (van Dijk, 2006: 23), en el análisis cualitativo de comentarios de ciberusuarios desde finales de 2018 y principios de 2020 en Twitter, Facebook e Instagram de páginas oficiales de Yalitza, se pueden observar recurrentes ejemplos como este. Sin embargo, la cuestión relevante que emerge no es qué puede o no ponerse Yalitza, ni quién sale a defenderla o no. Lejos de controlar o vigilar la forma de vestir de la actriz, proponemos enfocarnos en la recepción de las distintas formas de materializar la identidad indígena que se gesta entre dichas formaciones discursivas, las cuales pueden o no afectar las dinámicas de poder en la praxis social mediante la legitimación/deslegitimación por el consenso mexicano.

Uno de estos casos es la imagen en la figura 10, la cual muestra un meme ubicado en Twitter con el vocablo compuesto “Guccilopostly”, que surge a consecuencia del signo Yalitza/Gucci. En este, hay un juego de palabras con la marca ‘Gucci’ y el vocablo náhuatl “pochtli”, que además de ser una versión de la variedad lingüística con racismo encubierto (*mock variety* en términos de Hill 1998), busca deslegitimar tanto a la lengua como la representación corpórea de sus hablantes.²¹ Es evidente que los medios de comunicación, plataformas en línea, y redes sociales evidencian y en ocasiones reproducen prácticas opresivas y excluyentes de grupos dominantes (o bien lo que Gramsci, 1971 denomina

como hegemonía cultural). Sin embargo, a pesar de que explícitamente se busca deslegitimar la imagen de Yalitza, el tener un espacio de representación y por ende de acción, muestra un ‘camino’ hacia el empoderamiento al convertirse en ícono de varios movimientos sociales como veremos más adelante y, con ello, portadora de ‘la voz indígena’ con acceso al sistema simbólico y político.

Multi(modal)idad

Las representaciones semióticas que ejemplifican el control discursivo van más allá del color de piel, ya que hay elementos de la *moda* que se asocian con un canon de prestigio europeo. Hay que destacar que “[n]inguna moda de ningún país se trata sólo [sic] de la ropa, son historias acerca de imaginarios e identidades” (Prado y Andonella, 2017: 17). Si bien en Latinoamérica la relación entre la división del trabajo y el color de piel se viene arrastrando desde la era colonial, la evolución de la representación y recepción de imágenes identitarias con un capital simbólico se ven constantemente vinculadas, o bien yuxtapuestas a elementos europeos. Dentro de estas diversas representaciones está el uso explícito de colores que, como elementos semióticos dentro de la multi(modal)idad, conllevan diferentes significados e interpretaciones. Por ejemplo, en algunas revistas como Vogue (véanse abajo figuras 11, 12 y 13) se empodera la imagen de Yalitza, a comparación de imágenes anteriormente analizadas que alteran su físico para adaptarse al canon europeo (figuras 2 y 3). Sin embargo, la representación en las portadas de Vogue es algo tergiversada, puesto que aparece en conjunto de elementos europeizantes que alteran o distorsionan la totalidad de su imagen.

Dentro de estas seis distintas portadas ordenadas cronológicamente y separadas por solo unos meses, hay una incuestionable diferencia en el uso de colores y estilos de moda en las prendas de vestir de las mujeres representadas. La imagen de Yalitza resulta evidentemente europeizada, dado que se caracteriza por el uso de colores fríos: blanco, negro, rosa pastel y verde pastel. El estilo de sus prendas se asocia con una moda europea, ya que los diseños en los vestidos (i.e., la manga larga y el *robe à l'anglaise*) se asemejan a vestimentas con estereotípicos modelos franceses e ingleses (Fukui y Suoh, 2012).²² Además, la opulenta joyería que utiliza demuestra un tipo de accesorios asociados a un estilo europeo, en su momento considerado de “buen gusto” (Fukui y Suoh, 2012: 29) y, por ende, con capital simbólico que aparentemente pretende trascender más allá de la época. Además, dos de las

portadas (figuras 12 y 13) se caracterizan por vestidos en colores pastel, los cuales eran usados en el estilo francés rococó (Fukui y Suoh, 2012: 56).



Figura 11. Vogue, Dic/2018



Figura 12. Vogue Feb/2019



Figura 13. Vogue, Feb/2019



Figura 14. Vogue, Oct/2019



Figura 15. Vogue, Oct/2019



Figura 16. Vogue, Nov/2019

Una hipótesis es que, para empoderarla, la revista recurre a la representación de una imagen moderna y revestida de capital simbólico históricamente consolidado y materializado a través de elementos europeos y por tanto europeizantes. De esta forma, consciente o inconscientemente, esta revista reproduce una imagen con un estilo ad hoc a sus lectores, cuyo estilo particular se empeña en acercar la imagen de Yalitza al referente europeo, alejándola así del no-europeo. Cabe recordar que, el adaptarse al canon europeo ejemplifica una transformación hacia lo moderno, una necesidad de cambio hacia la modernización eurocentrista (Quijano, 2000: 225) y una negación de identidad social (Bourdieu, 1991: 88), lo cual nos hace cuestionar las razones ideológicas detrás de las selecciones de dichos elementos y de sus realizaciones en cada imagen. Además, el evitar vestirla con un traje típico, o colores folklóricos asociados con el referente indígena, sea o no una estrategia mercadotécnica para

evitar estereotipos esencialistas, ejemplifica la decisión de la revista de alejarla de estilos asociados con comunidades indígenas; es decir, ejemplifica otra forma de “negación del racismo” (van Dijk, 1992), que perpetúa a su vez una conceptualización de la *moda* que no puede mantenerse por sí sola sin elementos legitimadores/europeos. Asimismo, hemos de considerar más a fondo la razón para no usar una gama de colores más brillantes, como se observan en otras portadas de la misma revista en las que figuran otras mujeres (figuras 14, 15 y 16).

En este otro lado del espectro cromático, encontramos colores que se alejan de las tonalidades pastel y, además, se usan en un conjunto sintagmático para formar patrones de matices peculiares que son visiblemente distintos a los usados con Yalitza. De la misma manera, se acentúa la diferencia en el tipo de accesorios como las singulares flores en la cabeza en lugar de una joyería inexpresiva en términos cromáticos, mas no carente de prestigio. Cabe destacar que esta formación particular de colores se caracteriza como “folklor” y, en el caso de las figuras 17, 18 y 19, se usa como elemento decorativo cuando según la UNESCO (1985) ha sido patrimonio cultural de los pueblos indígenas desde 1981.²³ Sin embargo, este folklor es utilizado como elemento de decoración y, en conjunto con “*lo nice*” como alega una ciberusuaria, parece ser aceptable y por ende legitimado.



Figura 17. Twitter, Jul/2018



Figura 18. Twitter, Mar/2019



Figura 19. Twitter, Mayo/2020

Hay una diferencia evidente en el uso de colores ‘fríos’ junto con una moda ‘europea’ y el uso de colores brillantes y folklóricos que indexican la cultura indígena. Históricamente, las prácticas sociales y raciolingüísticas le han

adscrito poder simbólico a ‘lo europeo/blanco’, por lo que entonces preguntamos, ¿por qué vestir a Yalitza con una moda europeizada con colores ‘fríos’ y no ‘folklóricos’ en portadas de revistas *mainstream*?²⁴ El patrón sintagmático de colores folklóricos es una representación no-europea que al exhibirse en personas blancas se vuelve ‘chic’. En este caso, la identidad indígena es nuevamente categorizada semántica y socialmente como una ‘decoración’ en el trasfondo (figura 17), o como prenda de vestir que se puede uno poner como identidad ajena (figuras 18 y 19). Nuevamente, más allá de vigilar y controlar las prendas de vestir, proponemos enfocarnos en identificar las diferentes formas de la materialización de la identidad indígena en distintos modos para mostrar cómo dialogan con la sociedad mexicana mediante la producción y recepción de elementos que encarnan ‘lo indígena’, ya sea de forma explícita o implícita, como es el uso paradigmático de patrones de colores.

Finalmente, en la “MX Conference” que tomó lugar en Harvard University a principios de 2020, también se observan distintos elementos semióticos que denotan una forma esencialista de representar a dos panelistas mexicanas, Yalitza Aparicio y la embajadora Martha Bárcena (figuras 20 y 21). Ambas fotografías son para el mismo evento por lo que ocurren en el mismo contexto sociohistórico. Sin embargo, la disparidad y divergencia semántico-referencial del tipo de elementos en cada imagen, pone en evidencia el uso deliberado de recursos semióticos distintos para la proyección de la imagen de cada persona y, por ende, la conceptualización discrepante para representar a cada una en términos identitarios. En la primera fotografía se observa que Yalitza utiliza nuevamente un color frío, tanto en el fondo de la imagen, como en su propia prenda de vestir. Si bien al adoptar el estilo dominante hay una negación de la identidad social o sexual (Bourdieu, 1991: 88), de la misma forma que la pigmentación literal y metamórfica que hemos ilustrado anteriormente, el envoltorio occidental-moderno la transforma acercándola al continuo de prestigio, al mismo tiempo que perturba su agencia. Además, la imagen de Yalitza contrasta claramente con el uso desmesurado de una gama de colores brillantes en la blusa de la embajadora (de tez más clara, además) con el toque grotescamente folklorizador y esencialista de nopales en el trasfondo de la fotografía.



Figura 20. Yalitza en MX Conference, Harvard University, Ene/2020



Figura 21. Bárcena en MX Conference, Harvard University, Ene/2020

En los ejemplos mencionados anteriormente, es evidente la tendencia en cuanto a las políticas de representación, en las cuales prevalece un uso recurrente de elementos no-europeos con fines de folklorizar a ciertos individuos. De esta forma, hay una rearticulación de capital simbólico en patrones asociados con elementos no-europeos, siempre y cuando estén asociados con un símbolo europeo; esto sugiere nuevamente una forma de “negación de racismo” (van Dijk, 1992), la cual perpetúa el eurocentrismo como referente de prestigio y relega ‘lo no-europeo’ a mero accesorio, reproduciendo así, las relaciones de poder del orden colonial. La problemática de representación se vuelve más compleja cuando consideramos la relación cultural entre las dicotomías moda/raza y europeo/no-europeo, y el problema de la homogeneización para “desindigenizar a la población” (Aguilar Gil, 2018). La representación visual analizada sugiere un intento de homogeneización cultural, mas no un ‘camino’ hacia la descolonización y/o al empoderamiento simbólico de la imagen o referente indígena.

Finalmente, estas representaciones multimodales evidencian nuevamente un discurso heteroglósico (Bakhtin, 1981), puesto que la ‘adaptación al canon’ de Yalitza bien podría ser un acto performativo estratégico (Spivak, 1987) para adquirir una ‘voz’ dentro de esta media. La voz opera como forma de agencia del individuo Yalitza, dentro de una *doxa* en la que, tanto el color de piel, elementos europeizantes, y variedades lingüísticas prestigiosas, conllevan un valor simbólico, dado que problematiza el “rasgo indígena” como un “rasgo cultural” (Aguilar Gil, 2018) y lo politiza.²⁵ Al convertirse Yalitza en agente con ‘voz’ por entrar al campo político como embajadora de la UNESCO como explicamos anteriormente, este nuevo ‘rasgo político’ actúa en relación con los demás referentes, ya sea el color de piel o elementos europeizantes al ‘existir’ dentro de distintos campos (Bourdieu, 1984). El transgredir espacios en los

cuales problematiza social y públicamente el concepto de raza, desestabiliza la episteme para adquirir poder simbólico, en ocasiones mediante estrategias esencialistas como explicaremos en la siguiente sección.

Control discursivo y estrategias esencialistas

Al igual que la película guatemalteca *Ixcanul* (2016) de Jayro Bustamante, Alfonso Cuarón busca una actriz sin formación actoral e incluye una lengua minoritaria dentro del diálogo de su película en un esfuerzo deliberado por mostrar ‘lo auténtico’.²⁶ Sin embargo, como argumenta Sophie Lewis, Cleo posee un “estereotípico silencio y estoica subalternidad” cuando afirma que “le gusta estar muerta” mostrando una faceta de conformidad capitalista dentro de su posición de subalterna (2019). Esto revela un control discursivo que trascenderá los diálogos de la película, puesto que Cleo verbaliza estar conforme con su propio estatus quo porque “le gusta estar muerta”. Sin embargo, hay una negociación de significados, así como de capital simbólico dentro de esta conformidad, ya que ella está ‘jugando a estar muerta’ con el niño que personifica a Cuarón de pequeño porque *quiere* estar dentro del juego (i.e., literalmente dentro de la película) y metafóricamente fuera (i.e., en la realidad). En este ‘meta-juego’, ella está dentro del papel que la representa (i.e., una indígena mixteca) protagonizando ese mismo papel, mientras que en la realidad está negociando el futuro de la comunidad que representa. De esta forma, “le gusta estar muerta” y muestra esta conformidad mientras haya un ‘camino’ hacia la negociación de poder social y simbólico.

Por otro lado, la película está dedicada a Libo, la nana oaxaqueña de Cuarón, quien solo habla español al igual que su madre (Ruiz Parra, 2019). En el “Encuentro por la igualdad y la no violencia contra las mujeres y las niñas” (Aparicio, 2019a), Yalitza explica que a ella no le enseñaron el mixteco, una lengua que se habla en dos terceras partes de Oaxaca, para evitar que fuera discriminada (figura 22). Sin embargo, tuvo que aprenderlo únicamente para el guión de la película, aunque irónicamente dentro de la película, a Cleo se le recrimina en varias ocasiones cuando habla ‘su lengua’. Esto evidencia que, dentro del universo narrativo de Cuarón, lingüística y socialmente su ‘voz’ es controlada, lo que establece una relación jerárquica entre Yalitza y Cuarón, tanto dentro (simbólicamente) como fuera de la película (realidad social). Además, discursivamente el mixteco queda relegado a un segundo plano, dado que, si bien *Roma* recibe un Óscar por mejor película en idioma extranjero (el cual incluye la lengua mixteca), el único vehículo para llegar a Hollywood es

mediante un agente legitimador: el idioma español en el caso del mixteco, y Cuarón en el caso de Yalitza.²⁷ Este último re-produce su niñez y re-produce la figura de Libo de una forma simplista, tal y cual la recuerda, y dicha relación re-produce el sistema colonial-neoliberal, ya que el poder simbólico se otorga por figuras eurocéntricas-capitalistas por antonomasia.

Finalmente, la relación con el “estereotípico silencio y estoica subalternidad” de la figura de Cleo (Lewis, 2019), representa un ‘dolor’ cultural que envuelve el cuestionamiento cultural de la ropa (*moda*) occidental de Yalitza. La figura de la muerte en este ‘juego’, indexica también a las personas que hablan lenguas minoritarias que, dentro de la praxis social, son condenadas al silencio mediante políticas de exclusión como fueron condenados sus antepasados a la muerte por el orden colonial. Si bien a Yalitza no le enseñaron de pequeña la lengua mixteca para no hacerla objeto de discriminación, esto apunta a que, dentro de la *doxa*, las lenguas indígenas deben ‘ocultarse’. De esta forma, Cleo/Yaliza es exhortada a ‘guardar silencio’ dentro y fuera de la película y, por tanto, la lengua, que es el producto cultural más íntimo de un pueblo y cuyo objetivo es comunicar y romper el silencio, se convierte en una lengua compuesta de silencios simbólicos y reales.

En discursos públicos sobre identidad raciolingüística, Yalitza ha tomado posturas antitéticas como se observa en las siguientes imágenes. Para finales de 2019 (figura 22), Yalitza afirma que las mujeres indígenas pierden su identidad para no ser discriminadas (Aparicio, 2019a). Sin embargo, en su discurso de febrero de 2020 para la UNESCO (figura 23), ella misma asevera: “para llegar a donde estamos no fue necesario negar quiénes somos...” (Aparicio, 2020).



Figura 22. Instagram, Nov/2019



Figura 23. Facebook, Feb/2020

Lejos de verlo someramente como una contradicción, estos dos discursos son un acto performativo que demuestra otro ejemplo de estrategias esencialistas que advierten el uso temporal de auto-representación identitaria en contra de la marginalización y amenaza hegemónica (Spivak, 1987).²⁸ Según Aguilar Gil (2018), el término “indígena”, como categoría, busca “hermana[r] a pueblos

distintos” (p. 6) y, por tanto, esta categoría proporciona una identidad temporal como una forma de resistencia política y cultural. Si bien se podría cuestionar quién otorga poder a quién en la dicotomía de Cleo/Yalitza, dentro del uso estratégico identitario se articula un ‘camino’ metafórico para reivindicar y legitimar a ambas: es decir, tanto a hablantes de lenguas minoritarias como a productos culturales de los mismos, y así, asegurar una voz que no pueda ser ‘silenciada’ por el eurocentrismo.

El control del discurso en aspectos como cuándo y dónde se debe y se puede utilizar el mixteco refleja nuevamente un orden colonial. Sin embargo, la mera presencia de una lengua minoritaria (antes ausencia) en distintos ámbitos causa su incorporación discursiva en diferentes espacios sociales (Bourdieu, 2005), como parte del componente identitario de Yalitza, a pesar de que la negociación de capital simbólico todavía esté en ‘juego’ como lo hemos ilustrado anteriormente. Dicha problematización provee un nuevo espacio de representación para los hablantes de ésta y otras lenguas indígenas, que no había sido concebido ni estaba presente anteriormente, el cual promueve y fomenta una consciencia social y colectiva y desestabiliza el estatus quo.

La peligrosidad en el *modo* de representación

La producción y recepción de imágenes revolucionando el canon de belleza, así como el control de cuándo, dónde y con qué motivos se usa el mixteco, demuestran un acceso parcial al sistema de empoderamiento. En palabras de Spivak (1988), el “*speech act*” no es completado, ya que Yalitza obtiene acceso al acenso en la jerarquía social mediante una representación semiótica no-occidental del canon respaldada ya sea por oradores legítimos como Cuarón, o bien por un sistema mercadotécnico que la ‘decora’ o ‘desfigura’ con elementos europeizantes según las demandas del mercado. Además, el control discursivo del mixteco refleja una identidad raciolingüística con una agencia limitada bajo una categorización de otredad. Sin embargo, el transgredir espacios y entrar dentro del discurso mercantilizado contribuye a la creación de una consciencia social y a la reevaluación no solo de hablantes del mixteco, sino de *las* lenguas indígenas en general. Al problematizar el estándar eurocéntrico (dentro de sus complejidades de representación y significación lingüística), origina una reevaluación epistémica que perturba la *doxa* (Bourdieu, 2007). Considerando que, “[e]n México el privilegio para alguien moreno es pasar desapercibido”; y que “[n]adie quiere ser objeto de opresión” (Reina, 2017)”, Yalitza entonces *es* un acto contrahegemónico, puesto que no solo atrae atención, sino que se

convierte en un símbolo en contra de dicha opresión al usarlos estratégicamente. De esta manera, la comunidad indígena toma corporeidad en la figura de Yalitza quien ejecuta este acto y se vuelve estandarte de los pueblos originarios o indígenas en busca de una verdadera reivindicación. Su imagen se vuelve un ícono que apoya causas sociales de comunidades minoritarias y/o vulnerables como son los inmigrantes (figura 24) o las mujeres violentadas (figura 25).



Figura 24. Twitter, Feb/2019



Figura 25. Twitter, Dic/2019

Sin embargo, mientras Yalitza es aclamada por revistas de portadas y movimientos que buscan la equidad social, la realidad en México parece apuntar hacia otro lado. Dentro de campañas mercadotécnicas de principios de 2020 está la vuelta al uso accesorio de personas indígenas (imágenes 27 y 28). En dos anuncios distintos de un prestigioso almacén en México, se puede observar el uso estereotípico de representación identitaria y el uso procaz de la mirada masculina del ‘hombre blanco’ quien solo puede ver a la mujer indígena ‘hacia abajo’ (figura 26). Nuevamente se evidencia la incuestionable jerarquía espacial representada en el plano semiótico por la que permea el orden simbólico y la praxis social de la estructura social mexicana.



Figuras 26 y 27. Campaña “Vacaciones 2020” de Sears

Asimismo, la deslegitimación también subyace en elementos semióticos y representaciones simbólicas en textos institucionalizados. Asemejándose a la representación folklorizada de la embajadora Bárcena (figura 21), la campaña de las trabajadoras domésticas “Fregamos y fregamos y lo logramos” (2019) muestra un comercial de una institución gubernamental (Instituto Mexicano del Seguro Social) en el que se utilizan identidades estereotípicas dentro de la *doxa* para ciertos roles sociales: se personifica una mujer notablemente más blanca que le ayuda a la empleada doméstica que, de acuerdo al constructo social mexicano, debe ser de tez más oscura (figura 28).²⁹ Además, volvemos a la problemática de agentes legitimadores, como es el caso de Glenn Close en los Óscaros de 2019 (figura 29) mostrando su apoyo hacia la ‘nueva actriz’ mediante un abrazo legitimador, evidenciando así, la dependencia de la mujer indígena dentro de este nuevo espacio en cuyo mercado todavía no tienen el mismo capital simbólico.



Figura 28. Campaña “Fregamos y fregamos y lo logramos” Abr/2019



Figura 29. Óscaros, Feb/2019

Finalmente, el reto para la desracialización yace en la neutralización de la producción multimodal de formaciones discursivas en torno a la identidad raciolingüística de minorías, en las cuales se llegue a una redefinición del capital cultural concebido fuera del eurocentrismo. Por ejemplo, Alberto Chimal (2019) propone un “mexafuturismo” como forma de cuestionar el racismo nacional basado en el “mito local de la inferioridad y la sumisión indígenas” (p. 4), para así reivindicar por completo dicha imagen y trascender el discurso hegemónico. Yalitza, queriendo o sin querer, se ha convertido en un ícono de la mujer indígena moderna en México y un símbolo del promisorio empoderamiento que se vislumbra alrededor de su imagen.

Conclusiones

Toda forma de representación y significación deriva de la acumulada dinámica social de formas particulares (Bakhtin, 1981). Yalitza, como ícono y símbolo de un significado reivindicatorio de la identidad raciolingüística en México, donde el 60% de las lenguas indígenas está en riesgo (INALI, 2020), es producto del conflicto de recursos lingüísticos, tanto en su formación y producción, como en la coexistencia de contradicciones socio-ideológicas. Su identidad ha transgredido distintos espacios sociales al ser representada en diferentes ámbitos y contextos en conjunto con distintos elementos semióticos en el paisaje mediático y cibermediático. En estos campos se observan diferentes discursos mediante el uso de elementos semióticos que buscan una legitimación de la figura de la mujer indígena, ya sea mediante estrategias esencialistas o mediante un agente legitimador. Los datos apuntan a un progreso parcial en busca de una reivindicación más integral, ya que encontramos contradicciones en la forma en que Yalitza toma corporeidad para, en ocasiones, volverse víctima del mercado ‘moderno’ mientras que, en otras, subvierte el estándar. Al hacerlo, trae a la superficie los problemas sociales que aquejan a grupos vulnerables en México y capitaliza su imagen estratégicamente para adquirir poder simbólico y perturbar los sistemas epistémicos actuales. Finalmente, advertimos una peligrosidad en su representación, especialmente en conjunto con elementos semióticos eurocentristas, en la que es posible acentuar las disparidades sociales mediante elementos cromáticos y lingüísticos que después puedan ser emulados y re-producidos. De esta forma, el uso de binarismos para representar la identidad de la mujer indígena tiene como función social el acentuar la noción de otredad, puesto que indexica lo ‘mestizo’ como un referente desindigenizado. Con ello, el ‘camino’ se vuelve peligroso al no ser

una producción de una imagen auténtica, materializada en distintos modos de comunicación, con un significado desracializado y por ende neutral, el cual verdaderamente reivindique el referente indígena. Como bien declara el título de este estudio, todos los caminos llevan a *Roma*. Dentro de este camino ‘pedregoso’, histórica y metafóricamente hablando, se vislumbra un futuro promisorio en el que la mujer indígena puede ‘caminar’ sola.

Notas

¹ Jonathan Rosa (2019) añade que: “*An alternative approach to racial assemblages seeks to understand the linked modes in which racialized populations inhabit various historical, political, and economic positionalities as they orbit around Whiteness in shifting, yet colonially patterned, ways*” (p. 3).

² Para referirnos a la indexicalidad de ciertos elementos semióticos, utilizamos la definición de Duranti (1997) que consideramos más adecuada: “*An index is a sign that identifies an object not because of any similarity or analogy with it, but because of some relationship of contiguity with that object*” (p. 207).

³ Con “élites simbólicas”, van Dijk se refiere a los conjuntos institucionales, tales como la política, los medios de comunicación, la academia, y el mundo corporativo, los cuales tienen un papel fundamental en la reproducción del racismo por tener acceso a múltiples formas de discurso público (1992: 88).

⁴ Esta aproximación que tomamos se alinea con el “*multimodal turn*” que, según Bateman, Wildfeuer, e Hiippala (2017), es la necesidad de examinar la combinación de recursos expresivos explícita y sistemáticamente (p. 15).

⁵ Asimismo, Jewitt (2016) añade: “*...different modes offer different potentials for making meaning*”, los cuales se definen como “*modal affordances*” (p. 72).

⁶ Kress y van Leeuwen (2002) añaden: “*In this sense colour is a semiotic resource like others: regular, with signs that are motivated in their constitution by the interests of the makers of the signs, and not at all arbitrary or anarchic*” (p. 345).

⁷ Además, Kress y Van Leeuwen (2001) añaden: “*Colour also offers a specific sensory appeal, via sight and its physiology, and via both the physiological/experiential meanings of colour for humans as biological/physiological beings and the cultural/experiential meanings of colour*” (p. 27).

⁸ Van Leeuwen sugiere que la re-codificación de significado en el caso de los ‘sistemas de colores’ está relacionada con la experiencia física de una forma similar a la base experiencial de las metáforas de Lakoff y Johnson (1980).

⁹ Un ejemplo de dicha crítica es el dossier especial sobre *Roma* editado por Dolores Tierney (2018) justo después del estreno de la película y en el que contribuyen figuras como Paul Julian Smith, Pedro Ángel Palou, Deborah Shaw, Ignacio Sánchez Prado, Jeff Middents, Olivia Cosentino, Belén Vidal y Roberto Carlos Ortiz.

¹⁰ Recordemos que un “modo” es un recurso para crear significado, el cual es socialmente moldeado y culturalmente aceptado (Kress 2010: 79).

¹¹ Según los escritos de Voloshinov (1975), la lengua refracta la realidad a través del lente social y, por tanto, una representación discursiva, es decir, con significado, provee también el significado del ambiente que dio lugar a dicho significante.

¹² Bourdieu (2005) explica que: “[A] *field is a field of forces within which agents occupy positions that statistically determine the positions they take with respect to the field, these positions-takings being aimed either at conserving or transforming the structure of relations of forces that is constitutive of the field*” (p. 39).

¹³ Recordemos, por ejemplo, la lucha de María de Jesús Patricio Martínez por conseguir el registro a candidata para las elecciones de 2018, en donde terminó sin poder participar por no tener el número de firmas necesarias.

¹⁴ Según Bourdieu (2007), la *doxa* es una creencia popular que una dada sociedad toma como norma y que consiste de estructuras sociales y mentales en donde “*the natural and social world appears as self-evident*” (p. 164).

¹⁵ Jewitt (2016) señala que “...*different modes offer different potentials for making meaning*” (p. 72).

¹⁶ Como solución a la problemática actual en México, Aguilar Gil (2018) propone “un México que no absorba ni uniformice el ‘nosotros’, un Estado que no tenga un fin último de integrar a los pueblos indígenas en ese ideal fabricado que ha dado en llamar ‘mestizo’” (p. 8).

¹⁷ Cabe destacar que, dentro de los 68 pueblos indígenas, en México hay 25 millones de personas que se identifican como parte de uno, aunque solamente 7.4 millones hablan su lengua (i.e., 6.5% de la población) (INEGI, 2015).

¹⁸ Recordemos que, “...la formación discursiva es el sistema enunciativo general al que obedece un grupo de actuaciones verbales, sistema que no es el único que lo rige, ya que obedece además, y según sus otras dimensiones, a unos sistemas lógico, lingüístico, psicológico...” (Foucault, 1970: 196).

¹⁹ Un ejemplo similar es el revuelo que causó Michelle Obama y sus botas ‘Balenciaga’ cuando varios twitteros criticaban el apego a estándares europeos (Lancheros, 2019).

²⁰ *Roma* se estrenó en agosto de 2018 en el “Festival Internacional de Cine de Venecia” y posteriormente en México en noviembre de 2018 y finalmente en Netflix en diciembre de 2018.

²¹ Jane Hill (1998: 683) explica que una *mock variety* como el *mock Spanish* es un tipo de “racismo encubierto”.

²² El estilo rococó se originó en Francia en el siglo XVIII, también llamado *rocaille*, y se caracteriza por la abundancia de decoración y ornamentos exuberantes; fue asociado en su época con un gusto muy refinado y un estilo moderno en Italia, Alemania, Austria e Inglaterra, y fue precedente del estilo neoclásico (Fukui y Suoh, 2012: 26-27).

²³ El año de publicación del comunicado es posterior al año de la declaración.

²⁴ En este punto enfatizamos nuestro enfoque en lo que Kress (2010) categoriza como “interés” o motivación: “...*interest at the moment of sign-making arises out of the sign-maker’s position in the world; it shapes attention; that it frames a part of the world and acts as a principle for the selection of apt signifiers* (p. 70).

²⁵ Aguilar Gil (2018) explica que, en México, existe el problema de esencializar “el rasgo indígena” como un “rasgo cultural”, el cual debe convertirse en un “rasgo político” y en este caso debe ser “temporal”; de esta forma, el rasgo político temporal que propone Aguilar Gil bien puede ser un ejemplo de “esencialismo estratégico” (Spivak, 1987).

²⁶ En la revista Milenio, Nicolás Alvarado afirma: “Aparicio es parte de una larga línea de personas sin formación actoral reclutadas por cineastas para imprimir autenticidad a sus cintas” (Alvarado, 2019).

²⁷ De las diez nominaciones de *Roma*, tres se convirtieron en Óscars: mejor director, mejor fotografía, y mejor película en idioma extranjero (AMPAS, 2019).

²⁸ Además, Spivak define este uso como “un uso estratégico del esencialismo positivista en aras de un interés político escrupulosamente visible” (1987: 205).

²⁹ Cabe señalar que a solo unos meses después de los Óscars en los que *Roma* figuró con varios premios y nominaciones y en los que Yalitza se hizo internacionalmente famosa, el congreso mexicano aprobó el seguro social y otras prestaciones para las trabajadoras domésticas mexicanas, cuya culminación se ve observada en la campaña “Fregamos y fregamos y lo logramos” (IMMS, 2019).

Referencias

- Aguilar Gil, Y. (2018).** “Nosotros sin México: naciones indígenas y autonomía”. *El futuro es hoy. Ideas radicales para México*:137-204. Biblioteca Nueva.
- Alvarado, N. (2019).** [Disponible en línea en <https://www.milenio.com>] “Yalitza es una persona”. *Revista Milenio*. [Consulta: 2 de febrero de 2020].
- AMPAS. (2019).** ‘Oscars Academy Awards’. Academy of Motion Picture Arts and Sciences: Hollywood, CA.
- Aparicio, Y. (2020).** [Disponible en línea en <http://www.unesco.org>] “Yalitza Aparicio calls to enhance Indigenous Peoples’ rights in Mexico”. Honorary and Goodwill Ambassadors: UNESCO. [Consulta: 13 de marzo de 2020].
- Aparicio, Y. (2019a).** [Disponible en línea en <https://www.gob.mx/>] “Encuentro por la igualdad y la no violencia contra las mujeres y las niñas”. Secretaría de Relaciones Exteriores. Gobierno de México. [Consulta: 15 de enero de 2020].
- Aparicio, Y. (2019b).** [Disponible en línea en <http://www.estrellamedia.com/programming/tv>] Entrevista en programa *En vivo*. Estrella Media, Inc. Estrella TV [Consulta: 30 de enero de 2019].
- Bakhtin, M. M. (1981).** “Discourse in the novel”. *The dialogic imagination: Four essays*. Austin: University of Texas Press.

- Bateman, J. A., Wildfeuer, J., Hiippala, T., & Walter de Gruyter und Co. (2017).** *Multimodality: Foundations, research and analysis: A problem-oriented introduction*. Berlin: Walter de Gruyter.
- Bourdieu, P. (2007).** *Outline of a theory of practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bourdieu, P. (2005).** “The political field, the social science field, and the journalistic field”. In R. Benson and E. Neveu (eds). *Bourdieu and the journalistic field*, Malden, MA: Polity: 29-47.
- Bourdieu, P. (1991).** *Language and symbolic power*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1984).** *Questions de sociologie*. Paris: Minuit.
- Bustamante, J. (2015).** *Ixcanul*. Guatemala: Kino Lorber. GEM Entertainment.
- Bustos, Tova, J.J. (2003).** “Análisis del discurso y enseñanza de la lengua” en *Actas del VIII Simposio de Actualización Científica y Didáctica de la Lengua Española y Literatura*. Asociación Andaluza de Profesores de Español “Elio Antonio de Nebrija”, Sevilla.
- Chimal, A. (2019).** [Disponible en línea en <https://literalmagazine.com/>] Mexafuturismo. Literal Magazine. [Consulta: 2 de febrero de 2019].
- Cuarón, A. (2018).** *Roma*. (Mexico: Esperanto Filmoj), Netflix, 70 mm, 135 minutes.
- Duranti, A. (1997).** *Linguistic anthropology*. New York: Cambridge University Press.
- Foucault, M., & Frost, E. C. (1966).** *Las palabras y las cosas: Una arqueología de las ciencias humanas*. México: Siglo Veintiuno.
- Foucault, M. (1970).** *La arqueología del saber*. México: Siglo Veintiuno.
- Fukui, A., & Suoh, T. (2012).** *Fashion: A history from the 18th to the 20th century*.
- García, M. (2019).** [Disponible en línea en <https://www.bostonglobe.com/>] “‘Roma’ exposes Mexico’s darkest secret”. *The Boston Globe*. Newspaper. [Consulta: 21 de febrero de 2019].
- Gärdenfors, P. (2004).** “Conceptual Spaces as a Framework for Knowledge Representation”. *Mind and Matter* 2(2): 9-27.
- Gramsci, A. (1971).** *Selection from Prison Notebooks*. (London, Lawrence & Wishart).
- IMSS. (2019).** [Disponible en línea en https://www.youtube.com/watch?v=UR_k9wp0PDw]

- “Spot para promover y crear consciencia de la afiliación de las trabajadoras del hogar al IMSS” Instituto Mexicano del Seguro Social. Gobierno de México. [Consulta: 3 de abril de 2019].
- INALI. (2020).** [Disponible en línea en <https://www.inali.gob.mx/clin-inali/>] Catálogo de lenguas indígenas nacionales. Secretaría de Cultura, Ciudad de México.
- INEGI. (2016).** *Encuesta Nacional de los Hogares, 2016*. México, D.F.: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- INEGI. (2015).** *Encuesta Intercensal: Panorama sociodemográfico de Estado de México, 2015*. México, D.F.: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- Jewitt, C. (2016).** “Social semiotics”. En Jewitt, C., Bezemer, J., & O'Halloran, K. *Introducing Multimodality*. Taylor and Francis: 58-85.
- Jewitt, C., & Kress, G. R. (2003).** *Multimodal literacy*. New York: Peter Lang.
- Kress, G., Van Leeuwen, T. (2002).** “Colour as a semiotic mode”. *Visual Communication* 1(3), Londres: Sage: 343-368.
- Kress, G. R., & Van Leeuwen. T. (2001).** *Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication*. London: Arnold.
- Kress, G. (2010).** *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. London: Routledge.
- Kress, G. (2001).** From Saussure to critical sociolinguistics: The turn towards a social view of language. En Wetherell et al. *Discourse theory and practice: A reader* London: SAGE: 29-38).
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980).** *Methaphors we live by*. Chicago, Ill: University of Chicago Press.
- Lancheros, L. (2019).** [Disponible en línea en <https://www.nuevamujer.com/>] “¿Por qué visten tan mal a Yalitza Aparicio?: Y con ‘mal’ nos referimos a tratar de blanquearla y aseñorarla a toda costa” Nueva Mujer Revista. [Consulta: 15 de febrero de 2019].
- Lewis, S. (2019).** “I like being dead”. *Blind Field Journal*. [Consulta: 30 de enero de 2019].
- Lipschütz, A. (1975).** *El problema racial de la conquista de América*. México, Siglo XXI.
- Navarrete, F. (2017).** *Alfabeto del racismo mexicano*. Ciudad de México: Malpaso Ediciones.
- Prado G. & Andonella. (2017).** *Mextilo: memoria de la moda mexicana*. Trendo.mx. León. Guanajuato.

- Quijano, A. (2000).** Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina. En E. Lander(ed.) *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas*. Buenos Aires: CLACSO: 201-246.
- Quijano, A. (1988).** *Modernidad, identidad y utopía en América Latina*. Lima: Sociedad y Política.
- Reina, E. (2017).** [Disponible en línea en <https://elpais.com/>] ‘México, frente al espejo del racismo: Un grupo de mexicanos explica cómo vive cada día la discriminación por su tono de piel’. *El País*. [Consulta: 30 de junio de 2017].
- Rosa, J. (2019).** *Looking like a language, sounding like a race: Raciolinguistic ideologies and the learning of Latinidad*. Oxford University Press, USA.
- Ruiz Parra, E. (2019).** “Entrevista con Libo, la mujer que ríe de todo, menos de Roma”. *Revista Proceso*. México, Mex.
- Spivak, G. (1987).** “In Other Worlds: Essays in Cultural Politics” (London, Methuen, 1987).
- Spivak, G. (1988).** ‘Can the Subaltern Speak?’. In *Marxism and the Interpretation of Culture*, Nelson, C. and Grossberg, L. (eds.). Urbana and Chicago: University of Illinois Press: 271-313.
- UNESCO. (1985).** “La UNESCO y la protección del folklore”. En *El Correo de la UNESCO: una ventana abierta sobre el mundo*. XXXVIII, 4: 26-27.
- Van Dijk, T. A. (2007).** *Racismo y discurso en América Latina*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. A. (2006).** “Discurso de las élites y racismo institucional”, en Lario Bastida, M. *Medios de comunicación e inmigración*. Murcia: Caja de Ahorros del Mediterráneo y Convivir sin Racismo: 15-36.
- Van Dijk, T. A. (2003).** *Racismo y discurso de las élites*. Gedisa Editorial S A.
- Van Dijk, T. A. (1992).** ‘Discourse and the denial of racism’. *Discourse & Society*, 3 (1): 87-118.
- Van Leeuwen, T. (2011).** *The Language of Colour: An introduction*. London: Routledge.
- Vasconcelos, J. (1925).** *La raza cósmica. Misión de la raza iberoamericana: notas de viajes a la América de Sur*. Barcelona: Agencia Mundial de Librería.
- Voloshinov, V. N. (1976).** *El Signo ideológico y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires: Ediciones Nueva visión.

Wetherell, M., Yates, S., Taylor, S. (2012). *Discourse theory and practice: A reader*. London: SAGE.

Žižek, S. (2019). [Disponible en línea en <https://spectator.us/>] “Roma is being celebrated for all the wrong reasons”. *The Spectator Magazine*. UK. [Consulta: 13 de enero de 2019].

Nota biográfica



Gabriela Díaz-Dávalos es doctora en lingüística hispánica y actualmente ocupa el cargo de Assistant Professor en sociolingüística hispánica en el Departamento de Lenguas y Literaturas Modernas de la Universidad Estatal de California, East Bay en EE.UU. Sus estudios se enfocan en aproximaciones interdisciplinarias hacia un Análisis Crítico del Discurso en producciones textuales. Sus áreas de investigación abarcan la accesibilidad de la lengua en la comunicación gubernamental escrita en México, así como las relaciones de poder en producciones semióticas de grupos marginalizados históricamente.

E-mail: gdiaz.davalos@gmail.com