





**Universidad Autónoma de Ciudad Juárez**

**Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte**

**Departamento de Diseño**

**Maestría en Estudios y Procesos Creativos en Arte y Diseño**

**“Otrredad e identidad, ¿Por qué no funcionaron las  
campañas gráficas de integración a inicios de la segunda  
década del siglo XXI en Ciudad Juárez?”**

**Maestrante**

**Armando Rene Sigala Salazar**

**“Becado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología”**

**Doctor José de Jesús Flores Figueroa**

**Ciudad Juárez, Chihuahua, junio, 2020**

## **Agradecimientos:**

Dr. José de Jesús Flores Figueroa

Dra. Gloria Olivia Rodríguez Garay

Mtra. Claudia Ivette Rodríguez Lucio

Mtra. Elieth Carolina Meléndez Sandoval

De todo corazón, gracias por su muy valioso apoyo, por su tiempo y su disposición ofrecida, gracias por compartirme su invaluable conocimiento y sus consejos para la realización de este proyecto, mis más sinceros respetos, agradecimientos y abrazos hacia ustedes.

Gracias a mis docentes, lectores, compañeros y familia, quienes le han regalado tiempo a este documento por los últimos dos años, y al mismo tiempo le han regalado tiempo sumamente enriquecedor a mi vida.

Gracias al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por el importante apoyo económico ofrecido durante mis estudios de maestría.

Gracias a la vida.

**Dedicatoria:**

A Alegría Ruiz, así como el estrés, los enojos y frustraciones en el camino, este logro también es de los dos, gracias infinitas por estar.

## Índice

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>10</b>
Planteamiento del problema: .....	10
Justificación: .....	11
Objetivos: .....	13
Objetivo general:.....	13
Objetivos específicos:.....	13
Supuestos de investigación: .....	13
Caso de estudio: .....	13
Metodología:.....	14
Plan metodológico .....	15
Resumen.....	24
<b>Capítulo 1.....</b>	<b>27</b>
1.1 Introducción .....	27
1.2 Definición de identidad .....	27
1.3 El yo, ¿quién es? .....	28
1.4 Identidad humana .....	31
1.5 Identidad individual.....	32
1.6 Identidad social .....	34
1.7 Perspectiva del juarense sobre sí mismo .....	40
1.7.1 Aplicación .....	40
1.7.2 Resultados .....	46
1.7.2.1 Segmentación.....	46
1.7.2.2 Análisis de resultados.....	48
1.8 Conclusiones.....	56
<b>Capítulo 2.....</b>	<b>57</b>
2.1 Introducción .....	57
2.2 Definición de otredad.....	58
2.3 Oposición y Alteridad .....	60
2.4 El otro, ¿quién es? .....	61
2.5 El reconocimiento del otro.....	62
2.5.1 Alteridad fronteriza .....	62
2.5.2 Alteridad en la migración .....	66
2.5.3 Alteridad nacional e internacional .....	73

2.5.4 Ciudad Juárez como noticia nacional e internacional.....	76
2.6 El juarense visto desde la perspectiva del otro.....	81
2.6.1 Análisis de resultados.....	84
2.7 Conclusiones.....	91
<b>Capítulo 3.....</b>	<b>93</b>
INTRODUCCIÓN.....	93
3.1 Amor por Juárez.....	97
3.1.1 Problema original.....	99
3.1.1.1 Solución gráfica.....	100
3.1.2 Descripción micro pragmática.....	101
3.1.2.1 Nivel Textual.....	101
3.1.2.2 Nivel icónico.....	101
3.1.2.3 Nivel iconológico.....	103
3.1.2.4 Nivel entimemático.....	112
3.1.3 Descripción macro pragmática.....	123
3.1.3.1 Posibilidades de resemantización.....	123
3.1.4 Co-texto de lectura.....	127
3.1.4 Contexto de producción.....	135
<b>Capítulo 4.....</b>	<b>137</b>
4.1 Introducción.....	137
4.2 ¿Por qué no funcionaron?.....	138
4.2.1 Utilización de elementos genéricos.....	138
4.2.2 Utilización de elementos centralizados.....	140
4.2.3 Utilización de elementos negativos.....	142
4.2.4 Exposición fuera de contexto.....	144
4.2.5 Saturación.....	146
4.2.6 Disociación.....	147
4.2.7 Solución innecesaria.....	148
4.3 Consideraciones finales.....	149
<b>Referencias.....</b>	<b>151</b>

## Lista de imágenes.

Imagen 1: Formula muestra .....	42
Imagen 2: Delimitación.....	43
Imagen 3: Comentarios .....	43
Imagen 4: Mapa .....	47
Imagen 5: Ciudades.....	48
Imagen 6: Zonas de participación .....	82
Imagen 7: ¿Has estado en Ciudad Juárez? .....	83
Imagen 8: Pendón.....	98
Imagen 9: Espectacular .....	98
Imagen 10: Banner .....	99
Imagen 11: Amop por Juárez - Isologo.....	100
Imagen 12: Bandera de México .....	109
Imagen 13: Zonificación .....	110
Imagen 14: Dibujos de Amor por Juárez .....	116
Imagen 15: Rechazo a militares .....	124
Imagen 16: Rechazo a militares II .....	125
Imagen 17: Calcomanías en automóviles.....	127
Imagen 18: Jersey Indios.....	128
Imagen 19: Bandera .....	131
Imagen 20: Playera.....	133
Imagen 21: Otras aplicaciones .....	134
Imagen 22: Elementos genericos .....	138
Imagen 23: Elementos centralizados.....	141
Imagen 24: Mapa de homicidios .....	141
Imagen 25: Elementos negativos .....	142
Imagen 26: Elementos fuera de contexto .....	145
Imagen 27: Saturación.....	146
Imagen 28: Disociación.....	147
Imagen 29: Solución innecesaria .....	149

### **Lista de gráficas.**

Gráfica 1: Metodología .....	23
Gráfica 2: Edad de los encuestados.....	46
Gráfica 3: Rango de edad (segundo cuestionario) .....	83
Gráfica 4: Resultados de los colores .....	119
Gráfica 5: Resultados en las formas.....	120
Gráfica 6: Nivel de fidelidad del logotipo.....	122
Gráfica 7: Nivel de fidelidad en el segundo ejercicio .....	122
Gráfica 8: Problemas localizados.....	138

## Lista de cuadros

Cuadro 1: Primera pregunta .....	48
Cuadro 2: Segunda pregunta .....	49
Cuadro 3: Tercera pregunta.....	50
Cuadro 4: Cuarta pregunta .....	50
Cuadro 5: Quinta pregunta .....	51
Cuadro 6: Sexta pregunta .....	52
Cuadro 7: Séptima pregunta.....	53
Cuadro 8: Octava pregunta.....	54
Cuadro 9: Novena pregunta .....	54
Cuadro 10: Primera pregunta (otredad).....	84
Cuadro 11: Segunda pregunta (otredad).....	84
Cuadro 12: Tercera pregunta (otredad) .....	85
Cuadro 13: Cuarta pregunta (otredad).....	86
Cuadro 14: Quinta pregunta (otredad) .....	87
Cuadro 16: Sexta pregunta (otredad) .....	88
Cuadro 16: Séptima pregunta (otredad) .....	89
Cuadro 17: Octava pregunta (otredad).....	89
Cuadro 18: Novena pregunta (otredad).....	90
Cuadro 19: Colores según Heller .....	105
Cuadro 20:Colores en la construcción social actual.....	107

"Ideé mi 'Plan de Posguerra'. Colombia me puso en contacto con los que vivieron en la ciudad de Medellín el plan para bajar la delincuencia. Y también supe de la experiencia de Bogotá. Y en tercer lugar estudié lo hecho en Nueva York. Cómo pasó de ciudad violenta, paraíso de delincuentes, a urbe de orgullo. Y gran atracción turística. Y de negocios. Una frase sintetizó toda la victoria de la célebre Urbe de Hierro. ¿Recuerda? 'I love New York'"

Reyes, J. 2009.

## INTRODUCCIÓN

### **Planteamiento del problema:**

En el año 2010, Ciudad Juárez, Chihuahua fue considerada por medios internacionales como “la ciudad más peligrosa del mundo” (Notimex, s.f. p.1). debido a las grandes olas de violencia en las que la ciudad se ha visto involucrada, entre las que destacan, la guerra contra el narcotráfico impulsada por Felipe Calderón Hinojosa, quien fuera presidente de México del año 2006 al año 2012, situación en la que, para el año 2009 “De los homicidios en todo el país, el 27.6% se cometió sólo en Ciudad Juárez” (Barraza, 2009, p.4) y el fenómeno de los feminicidios que se presentó desde el año 1993 y que, como lo refiere López en el Periódico el Universal, para el año 2017 aún es visible con “33.7% más que en el 2016”. (2017, parr.3)

Esta ciudad hace frontera con El Paso, Texas, al sur de Estados Unidos de América y está compuesta por una gran multiculturalidad que se originó en los años 70 a raíz del “inicio del programa de incentivos a la industria maquiladora” (Salomón, parr.5) impulsado por el expresidente Luis Echeverría. Programa que originó una multiplicación demográfica en Ciudad Juárez, por el fenómeno de la migración, dicho incremento en la población se vio reflejado en un 214.82% únicamente de los años 1970 - 2000 con una tasa de crecimiento de 4.3 como lo muestra Zavala en su investigación sobre crecimiento urbano en Ciudad Juárez (2013, p.256)

Esta migración constante de habitantes de otros estados del país e incluso de países de Centro América a Ciudad Juárez, sumada a las etapas de violencia que la ciudad ha presentado en las primeras dos décadas del siglo XXI, ha convertido a la localidad en una ciudad con una identidad debilitada. Irigoyen (2017) comenta que “La violencia, impunidad, ciclos erráticos en su

economía y la pobre imagen urbana que se ha enquistado en Ciudad Juárez, son algunas de las causas que han convertido a esta ciudad en un lugar poco atractivo”. (p.1)

A raíz de las problemáticas sociales, surgieron diversas iniciativas con el objetivo de cambiar la imagen que la ciudad proyecta hacia el exterior y de reforzar el tejido social. Algunas de estas iniciativas sociales fueron impulsadas mediante diversas propuestas gráficas, como en el caso de la iniciativa “Juárez Competitiva”, proyecto iniciado en octubre del año 2011 que buscaba “sobre todo reforzar su sentido de pertenencia orgullo e identidad.” (Reyes, 2011. p.1)

Sin embargo, queda la interrogante sobre cuáles fueron en realidad los resultados en el tejido social y en el sentido de pertenencia de estas iniciativas, partiendo de la siguiente pregunta: ¿cuáles son los rasgos que identifican a estas representaciones gráficas con la dinámica y la identidad de Ciudad Juárez y sus habitantes y cómo se relacionan a partir de los conceptos y vivencias que definen al juarense<sup>1</sup> dentro del concepto de su propia identidad y la otredad que lo conforma? ¿cómo se pretendía que funcionarían?

El problema podría surgir cuando estas iniciativas, con las que se pretendió reforzar el sentido de pertenencia por medio de la identidad, carecen de una investigación profunda en la que se pueda llegar a conocer sobre el verdadero sentir del juarense y las verdaderas necesidades y carencias existentes en él, en el contexto histórico y social que está viviendo.

¿Han sido estas propuestas gráficas diseñadas tomando en cuenta el sentir y las necesidades identitarias del juarense? De no ser así, ¿cómo pueden estas propuestas gráficas trascender en las personas de Ciudad Juárez?

### **Justificación:**

Natáren (2010) dice, acerca del concepto de identidad personal que; “Una persona que delinque, en ese momento, es donde existe una falta de su verdadera identidad y empieza un sinfín de identidades.” (p.1).

---

<sup>1</sup> Gentilicio del habitante de Ciudad Juárez

“La connotación de juarense se comenzó a dar a quienes hasta hace poco eran paseños, [...] ahora paseños es un término destinado a los gabachos (pochos y gringos), que viven en la ciudad de El Paso, mientras que juarenses o juaritos son básicamente mexicanos” (León, 2007, p.10).

“Juarenses, somos todos estos a quienes nos ha tocado vivir en Ciudad Juárez, la ciudad fronteriza más grande del norte de México” (León, 2007, p.10).

Los habitantes de Ciudad Juárez no pueden generar el “sentido de pertenencia, orgullo e identidad” deseado por *Juárez competitiva*, como hace referencia Natáren en su artículo, si no se sienten identificados como miembros de ella y no sienten que comparten los rasgos identitarios propios de un juarense, o, en otras palabras, tienen una “falta de identidad”. (p.1)

Y es bajo estas circunstancias en que, el ciudadano, al no sentirse parte de la ciudad y no generar pertenencia a la misma no demuestra respeto a los espacios públicos o a las leyes que rigen a esta sociedad.

La identidad en la búsqueda de arraigo por el usuario ha sido abordada desde distintas disciplinas, entre ellas la sociología, la literatura, la mercadotecnia y la publicidad. Con esta investigación se busca realizar un acercamiento a estos aportes y orientarlos con el propósito de generar conocimiento en el tema desde el punto de vista del diseño gráfico y el diseño de sistemas visuales identitarios.

El proyecto propuesto tiene la finalidad de ser un texto argumentativo relacionado a la línea de investigación *El diseño como objeto de estudio*, al ser precisamente un estudio de la relación del producto de diseño con el usuario en el que se analizará la integración de este último en la realización de un proyecto gráfico.

Esta investigación propone realizar un análisis crítico sobre la eficacia de la realización de las propuestas gráficas de identidad en Ciudad Juárez, creadas a finales de la primera década del siglo XXI e inicios de la segunda, por organismos gubernamentales ajenos al contexto de Ciudad Juárez como respuesta a la situación de vulnerabilidad del tejido social que esta ciudad experimentó, aclarar cómo fue involucrada la identidad del juarense vista desde el juarense mismo, más que desde diferentes contextos de terceros (si es que fue involucrada).

Como alude Frascara (2006):

La comunicación autoritaria transforma al interlocutor en objeto, en lugar de respetarlo como sujeto, y resulta en una relación no ética. En la comunicación ética, el productor de la comunicación se conecta con el interlocutor en función de hablar sobre un tema. Este enfoque es bidireccional e interactivo. No se trata de un emisor diciéndole algo a un receptor. Se trata de dos agentes activos en asociación. (p.18).

**Objetivos:****Objetivo general:**

Analizar la visión de identidad de los habitantes de Ciudad Juárez desde la perspectiva de sí mismos y desde la otredad para observar cómo se atendieron las necesidades del juarense con las propuestas gráficas creadas a inicios de la segunda década del siglo XXI, con la finalidad de reforzar el tejido social y el sentido de pertenencia en Ciudad Juárez.

**Objetivos específicos:**

1.- Identificar la visión que los juarenses tienen de sí mismos desde la perspectiva de la identidad.

2.- Identificar la visión que se tiene de Ciudad Juárez desde la perspectiva del Otro.

3.- Analizar propuestas gráficas de identidad visual creadas para reforzar el tejido social y el sentido de pertenencia en Ciudad Juárez a inicios de la segunda década del siglo XXI.

4.- Ubicar y enlistar los elementos del por qué no funcionaron las campañas gráficas de integración a inicios de la segunda década del siglo XXI en Ciudad Juárez.

**Supuestos de investigación:**

A raíz de la ola de violencia que sufrió Ciudad Juárez en la primera década del siglo XXI y ante la debilidad del tejido social que esto ocasionó, se crearon proyectos sociales respaldados por propuestas gráficas con una identidad que posiblemente fue arbitrariamente tratada.

Es posible que existiera una falta de investigación sobre la verdadera visión del juarense sobre sí mismo, originando en los responsables de estas iniciativas una carencia de entendimiento sobre las necesidades reales que el habitante de Ciudad Juárez presentaba.

El producto gráfico, pudo haber fallado en su propósito debido a una carencia en el entendimiento de la identidad del juarense.

**Caso de estudio:**

De entre la variedad de campañas surgidas a finales de la primera década del siglo XXI e inicios de la segunda década, se eligió tomar como caso de estudio para esta investigación la

campana *Amor por Juárez*<sup>2</sup> de manera específica la primera etapa de dicha estrategia social, los motivos para seleccionar dicha campana son los siguientes:

1.- La primera etapa de *Amor por Juárez* estuvo impulsada por los tres niveles de gobierno y fue regida por la *Alianza municipal de Orden y Respeto*, una dependencia que como su nombre lo dice, fue asignada por el ayuntamiento de Ciudad Juárez.

2.-El tiempo de vigencia de la primera etapa de *Amor por Juárez*, coincidió en gran manera con la cumbre de la violencia generada a raíz de la guerra contra el narcotráfico iniciada en el año 2006, es decir, en los años 2009 y 2010.

3., La disposición de material gráfico que a través del tiempo ha perdurado hasta los años en los que se realiza esta investigación es mayor en la campana *Amor por Juárez* que en otras de las estrategias desarrolladas en el mismo tiempo que la primera etapa de esta campana.

### **Metodología:**

El proyecto de titulación que se realizará será de carácter mixto, en el que se busca evaluar la relación que existe entre la concepción mental del producto de diseño por un organismo gubernamental, al momento de crear un sistema de identidad gráfica para una ciudad, en este caso Ciudad Juárez, y el entendimiento que este organismo tiene con la realidad social del grupo al que busca representar en este sistema de identidad gráfica.

El diseño de la investigación es transversal, ya que se desarrolla en un solo momento. Se nutre de documentos cuyos conocimientos sobre identidad, otredad y sistemas visuales, pudieran ayudar al desarrollo de la investigación, de los cuales se realizará un análisis y recopilación de datos.

En un inicio se definirán y estudiarán a detalle los conceptos de la identidad y de la otredad para poder realizar un análisis de la visión de identidad propia de los mismos juarenses y la otredad representada por los organismos gubernamentales en esta concepción de identidad.

Esta investigación se nutrirá de métodos de recopilación de información, en este caso cuestionarios, con el objetivo de obtener datos sobre la visión de identidad del juarense de manera directa desde distintas muestras, estratégicamente seleccionadas, de habitantes de Ciudad Juárez, y a su vez se realizarán encuestas sobre la visión del juarense desde la perspectiva de la otredad aplicadas a visitantes de Ciudad Juárez.

---

<sup>2</sup> En el tercer capítulo de dicha investigación se profundiza en lo referente a este caso de estudio.

Después de eso, se recopilará y analizará de manera detallada material gráfico que ejemplifique la representación visual que se ha hecho en Ciudad Juárez para la ciudad, en los inicios de la segunda década del siglo XXI, a cargo de organismos gubernamentales, en esta recopilación se estudiarán las propuestas sociales y los objetivos que éstas se planteaban, los responsables, la manera en que fueron desarrolladas y los resultados obtenidos, a la vez que la información obtenida también se someterá a evaluación por medio de la aplicación de cuestionarios.

Para concluir, se analizará la información recopilada y con base en el material bibliográfico estudiado y los datos obtenidos en la investigación, se hará un análisis de las deficiencias en las propuestas o los factores que evitaron que sus objetivos fueran cumplidos.

## **Plan metodológico**

### **Primera parte**

La primera parte de la investigación se realiza en el periodo comprendido entre agosto a diciembre del año 2018.

### **Primera fase**

Esta consta de dos fases, la primera de estas (denominada “Indagación teórica sobre identidad”) se divide en tres etapas en las cuales se abordan los aspectos teóricos sobre la identidad del juarense, desde la conceptualización del término “Identidad”, la definición del sujeto que representa la identidad en esta investigación y como se construye en este ultimo la percepción de identidad.

Fase 1 (Indagación teórica sobre “identidad”)	Etapas	Plan Metodológico	Descripción	Actividades	Actores
	1	Conceptualización de Identidad	Definir posturas y teorías en las cuales basar la conceptualización de este tema	Revisión y selección de material bibliográfico a utilizar.	Investigador
	2	Definición de	Identificar a quién se	Selección de	Investigador

		Identidad	hace mención cuando se utiliza este concepto	postura epistemológica y redacción.	
	3	Indagación sobre el concepto de identidad en el “yo” establecido	En esta etapa, a partir del concepto de identidad en el que de manera previa se profundizo, se abordara la construcción de esta misma en el sujeto descrito en la etapa anterior	Indagación bibliográfica referente a la construcción social e identitaria de Ciudad Juárez y sus habitantes y posterior redacción.	Investigador

## Segunda fase

La segunda fase de esta primera parte (llamada “Cuestionarios sobre la identidad del juarense”), consta de 7 etapas en las que, por medio de trabajo de campo y con la ayuda de cuestionarios como instrumento de recolección de datos se contrasta lo obtenido en la primera fase de este capítulo con el objetivo de incrementar o descartar información previamente obtenida a partir del acercamiento directo con el individuo del que es objeto este estudio.

Fase 2 (cuestionarios sobre la identidad del juarense)	Etapas	Plan Metodológico	Descripción	Actividades	Actores
	1	Formulación del cuestionario	A partir de las aseveraciones realizadas al final de la primera fase, se	Selección de preguntas para utilizar en el cuestionario.	Investigador y director

			formulan las preguntas que conformaran este cuestionario, el objetivo es contrastar las respuestas de este ejercicio con las aseveraciones antes mencionadas.		
	2	Segmentación	Se establecerá la muestra en la cual se aplicarán los cuestionarios y se fundamentara teóricamente esta elección.	Revisión teórica y metodológica con el objetivo de obtener y sustentar la muestra a utilizar.	Investigador y director
	3	Realización del cuestionario	Analizando las posibilidades, se dará formato al instrumento de recolección de información.	Realización del cuestionario.	Investigador y director
	4	aplicación	En esta etapa se aplicará el cuestionario a la muestra establecida.	Aplicación de cuestionario a habitantes de Ciudad Juárez	Investigador, director y muestra participante
	5	Vaciado de resultados	Los resultados obtenidos se	Los resultados obtenidos serán	Investigador

			simplificarán en tablas para su posterior análisis.	revisados y preparados para ser analizados	
	6	Análisis de los resultados	Finalmente se analizarán los resultados obtenidos y se contrastaran con lo obtenido a partir de la revisión bibliográfica con la que se inició esta primera parte.	Análisis de los resultados obtenidos	Investigador
	7	Conclusiones identidad	En esta etapa se dará fin al primer capítulo del documento y se brindaran algunas conclusiones	Cierre del primer capítulo	Investigador

## Segunda parte

La segunda parte de la investigación se realiza en el periodo comprendido entre enero y junio del año 2019.

## Tercera fase

La forma de trabajar este capítulo de la investigación será muy parecida a la primera parte, pero en esta ocasión, a partir del concepto de otredad

Esta parte consta de dos fases, la primera de estas (denominada “indagación teórica sobre otredad”) se divide en tres etapas en las cuales se abordan los aspectos teóricos sobre la otredad,

desde la conceptualización del término “otredad”, la definición de los sujetos que representan la otredad en esta investigación y como se construye en este ultimo la percepción del habitante de Ciudad Juárez.

Fase 3 (Indagación teórica sobre “otredad”)	Etapas	Plan Metodológico	Descripción	Actividades	Actores
	1	Conceptualización de otredad.	Definir posturas y teorías en las cuales basar la conceptualización de este tema	Revisión y selección de material bibliográfico a utilizar.	Investigador
	2	Definición de otredad	Identificar a quién se hace mención cuando se utiliza este concepto	Selección de postura epistemológica y redacción.	Investigador
	3	Indagación sobre el concepto de otredad en el “otro” establecido	En esta etapa, a partir del concepto de otredad en el que de manera previa se profundizo, se abordara la construcción de esta misma desde las distintas otredades posibles.	Indagación bibliográfica referente a las distintas otredades en torno al juareense.	Investigador

### Cuarta fase

La segunda fase de esta segunda parte y cuarta en la investigación (llamada “Cuestionarios sobre la otredad” consta de 7 etapas en las que, por medio de trabajo de campo y con la ayuda de cuestionarios como instrumento de recolección de datos se contrasta lo obtenido en la primera fase

de este capítulo con el objetivo de incrementar o descartar información previamente obtenida a partir del acercamiento directo con el individuo del que es objeto este estudio.

Fase 4 (cuestionarios sobre la otredad)	Etapas	Plan Metodológico	Descripción	Actividades	Actores
	1	Formulación del cuestionario	Las preguntas del cuestionario serán las mismas que las aplicadas en la segunda fase con algunos ajustes	Selección de preguntas para utilizar en el cuestionario.	Investigador y director
	2	Segmentación	Se establecerá la muestra en la cual se aplicarán los cuestionarios y se fundamentará teóricamente esta elección.	Revisión teórica y metodológica con el objetivo de obtener y sustentar la muestra a utilizar.	Investigador y director
	3	Realización del cuestionario	El formato del cuestionario será el mismo que el de la segunda fase de esta investigación	Realización del cuestionario.	Investigador y director
	4	aplicación	En esta etapa se aplicará el cuestionario a la muestra establecida.	Aplicación de cuestionario a la otredad	Investigador, director y muestra participante
	5	Vaciado de resultados	Los resultados obtenidos se simplificarán en tablas para su posterior análisis.	Los resultados obtenidos serán revisados y preparados para ser analizados	Investigador

	6	Análisis de los resultados	Finalmente se analizarán los resultados obtenidos y se contrastaran con lo obtenido a partir de la revisión bibliográfica con la que se inició esta primera parte.	Análisis de los resultados obtenidos	Investigador
	7	Conclusiones identidad	En esta etapa se dará fin al segundo capítulo del documento y se brindaran algunas conclusiones	Cierre del segundo capitulo	Investigador

### Tercera parte

La tercera parte de la investigación se realiza en el periodo comprendido entre agosto y diciembre del año 2019 y consta de 2 fases.

### Quinta fase

La primera de estas fases consta de 5 etapas, en las cuales se seleccionará el material gráfico a estudiar y el modelo de análisis con el que se realizará dicho estudio, además de comenzar con este trabajo.

Fase 5 (análisis de las propuestas gráficas)	Etapas	Plan Metodológico	Descripción	Actividades	Actores
	1	Investigación sobre el caso de estudio	Se indagará y se realizará una redacción más profunda acerca del caso de estudio de esta investigación.	Búsqueda bibliográfica sobre <i>Amor por Juárez</i> y redacción.	Investigador

	2	Búsqueda de material gráfico del caso de estudio	Se buscará en la red y en archivos hemerográficos material existente, desarrollado por <i>Amor por Juárez.</i>	Búsqueda en internet.	Investigador
	3	Selección del material a utilizar en el análisis	Una vez obtenido el material, se clasificará y seleccionará una muestra que represente su totalidad	Clasificación y selección de material gráfico	Investigador
	4	Selección de modelo de análisis	En apoyo del director de tesis, se buscará y seleccionará el modelo de análisis con el cual trabajar	Búsqueda y selección de modelo de análisis	Investigador y director
	5	Análisis de las piezas gráficas seleccionadas a partir del modelo de análisis seleccionado	En colaboración con el director de tesis se desarrollará el análisis de las piezas gráficas a partir de este modelo.	Análisis de las piezas gráficas	Investigador y director

### Sexta fase

En esta fase, que consta de 5 etapas se indagará a partir de cuestionarios la información obtenida a partir del modelo de análisis con la finalidad de complementar y profundizar en dicho estudio.

Fase 6 (Cuestionarios finales)	Etapas	Plan Metodológico	Descripción	Actividades	Actores
	1	Estructuración de instrumento	A partir de los datos obtenidos en la primera	Formulación de	Investigador y director

		de recopilación de datos	parte de este capítulo se dará forma a este cuestionario	cuestionario	
	2	Aplicación de cuestionario	Se aplicará a una muestra parecida a la del cuestionario de identidad aplicado en la segunda fase de esta investigación	Aplicación del cuestionario	Investigador
	3	Clasificación de la información	Se vaciará la información y clasificará para un fácil análisis	Clasificación de resultados	Investigador
	4	Análisis de los datos obtenidos	Se analizarán los datos obtenidos	Análisis de información	Investigador
	5	Empatado de la información con la quinta fase	La información obtenida se comparará con lo obtenido en la fase 5	Contrastado de información	Investigador

### Cuarta parte

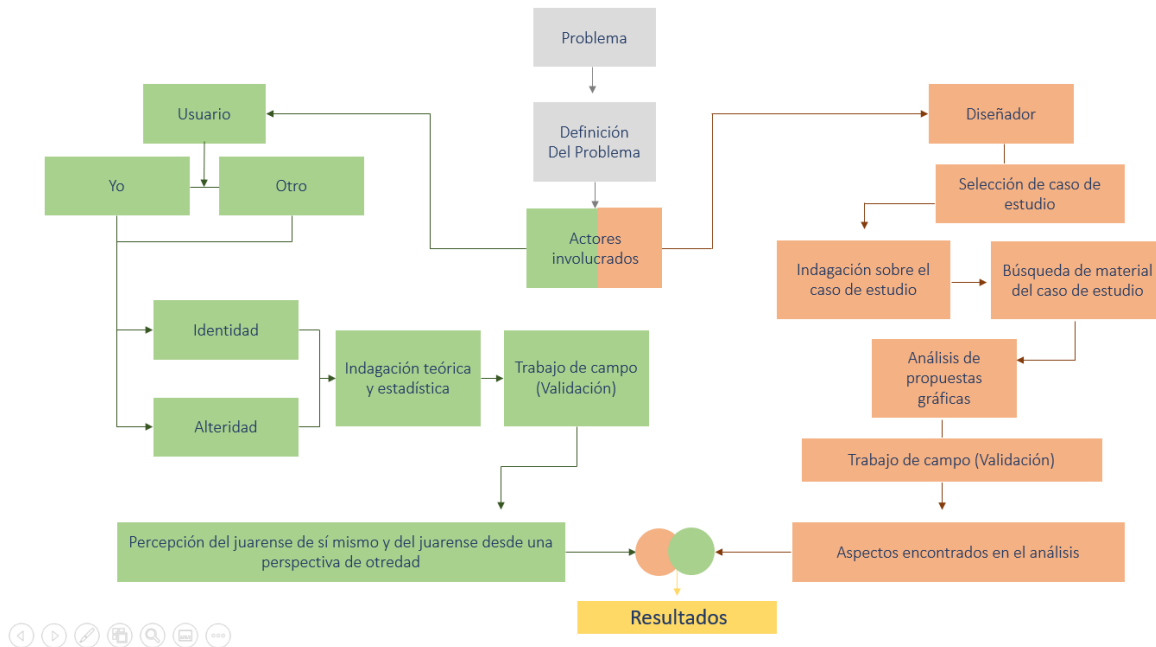
En la parte final de este documento se contrastarán los resultados obtenidos en los tres capítulos anteriores para generar conclusiones

Fase 6 (Resultados)	Etapa	Plan Metodológico	Descripción	Actividades	Actores
	1	Se contrastarán los resultados obtenidos en los tres primeros capítulos del documento	Contrastación	Contrastación de la información	Investigador

Gráfica 1:

## Metodología.

2019



Fuente: Elaboración propia (2019)

## Resumen

Falcon (2008) argumenta que, “el concepto identidad [...] designa el carácter de todo aquello que permanece único e idéntico a sí mismo, pese a que tenga diferentes apariencias, o pueda ser percibido de distinta forma” (p.1), esto descrito desde el área de la filosofía, sin embargo, en su artículo Falcon expresa que esta definición de identidad presupone invariabilidad a través del tiempo, lo cual se contradice con la definición que se le da desde la perspectiva psicológica, en la cual, como ella apunta:

La identidad no es sólo el resultado de una definición personal, sino que incluye, ya sea por aceptación o rechazo, una “carga” que las diferentes instituciones por las que transita el individuo a lo largo de su vida depositan sobre él. (p.2).

Estas aportaciones de Falcon muestran una definición en la cual, varios factores se integran para formar la identidad de un individuo, estos son: “la necesidad que tiene el sujeto de percibirse como una totalidad” (p.2), la necesidad de que esta totalidad del sujeto se conserve en el tiempo de manera continua, y que, esta misma totalidad sea reconocido por la sociedad a la que está integrado.

Gabriel García Márquez (1961) dice que a los seres humanos “la vida los obliga a parirse a sí mismos una y otra vez, a modelarse, a transformarse, a interrogarse (a veces sin respuesta) a preguntarse para qué diablos han llegado a la tierra y qué deben hacer en ella.” (Citado por Ruelas p.1)

Además de la necesidad de aceptación propia, y por parte de la sociedad y el ente, la identidad demanda autoevaluación y forma parte del crecimiento personal del individuo

Laing (1961) define a la identidad como, “aquello por lo que uno siente que es él mismo en este lugar y este tiempo, tal como en aquel tiempo y en aquel lugar pasados o futuros; es aquello por lo cual se es identificado” (p.5), por lo cual un individuo rige su vida y sus acciones, el mismo Laing dice que la identidad es “La historia que cada uno se cuenta a sí mismo acerca de quién es uno” (p.90).

Con base en lo anterior, en general la identidad es entendida como toda concepción que un individuo tiene sobre sí mismo, su historia, su contexto, sus aspiraciones, el medio en el que se desenvuelve, los valores e ideales que lo rigen y la manera en que todo esto lo expresa hacia el exterior, sumado a la visión de esta integración dada por las personas que lo rodean.

La identidad es todo lo que hace a un ser diferente a otro ser y lo vuelve único “Cada uno es semejante y diferente. Finalmente, cada uno crea su propia versión identitaria: es única o único.” (Lagarde, 2000, p.61)

Así mismo, como dice Falcon:

En la difícil lucha que debe realizar el sujeto para conservar esa construcción que lo identifica, surge la figura del Otro, el alter, el ajeno, que cuestiona por similitud o por diferencia esa construcción en la cual se apoya el psiquismo.” (p.2).

En estas palabras el autor hace mención sobre como la identidad se integra también a partir de las similitudes y diferencias que hay con *el otro*, entendido como cualquier persona que no es el *Yo*, (el amigo, el familiar, el extranjero, el enemigo, etc.) el cual no solo forma parte esencial en la integración de la identidad del individuo, sino que también “hace tambalear esa construcción” cuando se identifica como otro ajeno o extraño.

Sin embargo, estas diferencias que pueden provocar la aceptación o la negación de un individuo o un grupo por otro no dejan de formar parte de la integración de la identidad. Laing incluso comenta que “Los otros le dicen a cada uno quién es. Sólo después aprobamos o tratamos de desechar las maneras en que los otros nos han definido a cada uno.” (p. 91). De esta manera,

ejemplificando, cuando en un consulado estadounidense un oficial le niega o le otorga la visa a un mexicano, este refuerza el rasgo identitario del individuo como mexicano y el suyo como estadounidense. El *yo* y el *otro*.

Clara Scherer en su artículo *Vibra México* de El Excelsior (2017) refiere que “El otro no es igual a nosotros, por eso la otredad es la capacidad de respetar, reconocer y poder vivir armoniosamente con esta diversidad. Esto da la dimensión de que cada persona es única e irrepetible en el universo”. (p.1)

Se entiende así el término de otredad como todo aquello que no somos y que no queremos ser, y que, sin embargo, forma parte de nuestra identidad, integrando la sociedad que nos rodea y que nos conforma.

Como ya se mencionó, nuestra identidad es lo que nos hace únicos como individuos o como grupo social en relación con *los otros*, por esto, nadie es capaz de percibir la realidad ni el contexto en el que nos encontramos de manera tan fiel como *nosotros* lo hacemos (como individuo o grupo) ni viceversa. Por esta razón, en este trabajo se aborda el tema de la identidad y la otredad, así como la relevancia de estos conceptos en la realización de una propuesta de identidad gráfica.

Para este documento se abordan como caso de estudio campañas gráficas de integración social aplicadas en Ciudad Juárez por personas que estuvieron ajenas al contexto sociohistórico que se vivía en la ciudad en ese entonces. Para así, poder entender la visión que la otredad tenía de Ciudad Juárez y la visión de identidad de los mismos juarenses, y cómo influyó esto en los resultados de las campañas gráficas mencionadas.

# Capítulo 1

## Identidad

### 1.1 Introducción

A finales de la primera década del siglo XXI e inicios de la segunda década, se crearon campañas sociales con la finalidad de reforzar el arraigo de los habitantes de Ciudad Juárez hacia esta ciudad en pro del fortalecimiento del tejido social. El objetivo de este documento es entender cuál es la razón de que estas campañas, en las cuales se utilizó apoyo de elementos de identidad visual, no hayan cumplido con su propósito. Cuando, incluso estos elementos gráficos utilizados no lograron mantenerse en la memoria colectiva de los habitantes de Ciudad Juárez. Siendo su paso por la dinámica de esta ciudad efímero y sin repercusiones a largo plazo.

Por esta razón, al ser la identidad del juareense el eje central de esta investigación se ha decidido abordar el inicio de este documento desde este concepto: “La identidad” abordando de manera inicial la definición del concepto como tal y cómo es que se constituye, para de manera posterior, entender cómo está construida la identidad del juareense y cómo es que él se ve a sí mismo.

### 1.2 Definición de identidad

Se parte este punto de lo dicho por la Real Academia de la Lengua Española<sup>3</sup> en la definición de la palabra identidad, la cual, etimológicamente parte “del latín tardío *Identitas -atis*, y esta deriva del latín *ídem* ‘el mismo’, ‘lo mismo’”

- 1.- Cualidad de idéntico.
- 2.- Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás.
- 3.- Conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás.
- 4.- Hecho de ser alguien o algo mismo que se supone o se busca. (parr. 1)

De esta manera entendemos por identidad a las cualidades que un grupo de personas comparten entre sí y que los hace sentir ser ellos mismos y no otra persona u otro grupo de personas, aquí la Real Academia de la Lengua Española en su definición hace notar la presencia de

---

<sup>3</sup> <https://dle.rae.es/?id=KtmKMfe>

“otro” como elemento importante para poder comprender la definición de identidad, debido a la importancia de este concepto se le retomará en un capítulo más adelante.

Sin embargo, la identidad también es aquello que nos hace ser únicos a partir de nuestras propias cualidades, como lo afirma Cangas (2008) “[La identidad] es la condición de ser uno mismo, el rescate de las cualidades de los sujetos: las diferentes dimensiones distintivas de las personas que nos hace únicos.” (p.121).

Así, la identidad se define por los rasgos que un conjunto de individuos comparte y que los hace parte de un grupo social, pero que los diferencia individualmente por sus propias cualidades, las cuales son diferentes a las del grupo al que se adscribe por sus similitudes, como lo dice Pérez (1991), “entendiendo a ésta [La identidad] como el proceso a través del cual los sujetos sociales configuran y delimitan su pertenencia y adscripción a un determinado grupo, ya sea éste social, económico, político o cultural.” (p.69).

Sin embargo, esta definición no puede estar completa si la vemos solo desde la comprensión que tenemos a partir de nuestra propia perspectiva, Navarrete comenta que (2015) “no podemos entender qué somos cada uno de nosotros hasta que no sepamos qué es lo que podemos saber con certeza.” (p.465, citando a Descartes) y esta certeza solo la podremos tener si nos vemos desde la objetividad del exterior de nuestra persona, así de esta manera, las otras<sup>4</sup> personas no solo configuran nuestra identidad y nos engloban en un grupo por medio de rasgos comunes, sino que también tienen una percepción ajena a la de uno mismo de nuestra propia identidad.

Entonces, complemento la definición propuesta por la Real Academia de la Lengua Española con la que inicié este apartado.

Conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás a partir de un conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan y diferencian frente a los demás, completada y a su vez, objetualizada con la misma conciencia que se tiene, pero concebida desde el exterior por otras personas.

### **1.3 El yo, ¿quién es?**

El hombre, en cuanto ser racional, es un ente en el que sus constituyentes viven en continua

---

<sup>4</sup> Definición de otro: “Alguien o algo distinto, pero del mismo tipo de lo que se habla”, el que no es “el yo”.

agonía, en el sentido etimológico de «lucha», bien sea interna o externa. Constituyen la personalidad del individuo y se agrupan en torno al yo y al otro. (Fuente, 2014, p.1).

Más adelante se aborda de una manera más amplia el tema de la construcción de la identidad para entender cómo es que esta se constituye, sin embargo, es necesario entender quien figura en el papel del “Yo” en esta investigación.

Por el Yo entendemos, como lo dicho por Cangas (2008) “el pronombre por el que el hombre se designa a sí mismo, [...] partiendo de la realidad del propio pensamiento como revelador de la propia existencia (de la sustancia del Yo) y como verdad indubitable” (p.120). Es entonces, el propio entendimiento que tiene una persona de sí misma y que la conforma, pero que, no es un entendimiento que permanece estático, como comenta Sylvia Rodríguez (2017) “El yo no es un ser que permanezca igual ante cualquier cambio, sino que consiste en identificarse, en recobrar su identidad allí donde todo lo que acontece le proporciona un cambio. Se mantiene a pesar de los cambios exteriores y a la vez se modifica con ellos.” (p.136) Se ve afectado y mantiene una evolución constante a partir de los factores que lo rodean. Ante esto, James y Mead refieren que “el yo es un producto social, no determinista ni estático, sino dinámico y construido a partir de las interacciones sociales.” (Chong, p.1)

De esta manera, el Yo lo entendemos como el pronombre que se asigna un individuo a sí mismo desde la percepción y seguridad propia que tiene de ser él y nadie más, a partir de la experiencia que conforma de manera constante su existencia.

En esta investigación el “Yo” es representado por el juarense; el habitante de Ciudad Juárez que es parte de la dinámica cotidiana de la ciudad, aunque él o su ascendencia haya o no nacido en esta ciudad fronteriza, ya que Ciudad Juárez, como declara Pérez (1991):

Por sus características, [...] sigue siendo hasta la fecha [1991] receptora de población proveniente de diversos lugares del país. Su acelerado crecimiento urbano ha estado acompañado de la llegada de inmigrantes, al grado que para 1975 todavía se registraba como población nacida en esta ciudad a sólo el 45.85% de su población. (p.64)

De hecho, el Mismo Pérez dice que, en el último siglo según datos del Consejo Nacional de Población, “de los 4 000 habitantes que tenía Ciudad Juárez [...], ha llegado a tener aproximadamente 600 000” (p. 64).

Este incremento poblacional se ha producido por diversas circunstancias, algunas personas llegan a Ciudad Juárez desde diferentes municipios de México porque “buscan pasar al otro lado<sup>5</sup>, ya sea para buscar trabajo o para surtirse de “fayuca<sup>6</sup>” que vender del lado mexicano, “Pero también hay muchos otros que llegan a establecerse en este sitio para aprovechar la demanda creada ya sea en la industria, el comercio, los servicios y la construcción.” (Pérez, 1991. P.64).

Estos renglones de Pérez a los que hago mención en este documento fueron escritos hace 27 años, el fenómeno se sigue dando, sin embargo, mucha de esta gente ya se consolidó en la ciudad dando paso a nuevas familias, formándose así una notable multiculturalidad en la región, entre los que nacieron en Ciudad Juárez, los que llegan a Ciudad Juárez de diferentes lugares, y los descendientes de quienes llegan de otros lugares, pero que nacieron en Ciudad Juárez.

Y esta multiculturalidad, más que significar una marcada diversidad social, económica y cultural “Es un espacio donde tales diversidades se confrontan entre sí, y cada quien busca supervivencia y reproducción” (Pérez. 1991, p.68), como ya se mencionó, el propósito de migrar a Ciudad Juárez es diferente en muchos casos, así, las costumbres, tradiciones y contextos sociales de quienes llegan son también de gran variedad, Pérez anota que:

Entre los inmigrantes ha habido profesionistas, técnicos, comerciantes, albañiles, campesinos, artesanos y población sin calificación en su mano de obra, lo mismo que encontramos gente que ha llegado de la región norte del país, del centro o del sureste, entre los cuales, además, algunos han sido de origen indígena (Pérez. 1991, P.64)

Es la dinámica cotidiana de interacción y confrontación entre estas poblaciones en un espacio específico lo que nutre en gran parte la identidad del juarense “en esa cotidiana confrontación y adaptación al medio, cada quien se apropia, adapta o pierde elementos culturales, tanto como conserva, pierde o adapta su identidad”. (Pérez. 1991, p.68)

De esta manera, entendemos al juarense como aquella persona que, a pesar de su lugar de nacimiento, de la diversidad cultural derivada de su ascendencia migrante o no “a lo largo de casi tres siglos y medio, [Ciudad Juárez] se ha venido poblando [...] por gente que viene de muchas y muy variadas partes” (León, 2007, p.11) y de su estado social, cultural o económico, participa en la interacción y confrontación cotidiana de poblaciones existente en Ciudad Juárez sintiéndose parte de esta dinámica.

La definición de su identidad como habitante de Ciudad Juárez, no pasa por la distinción

---

<sup>5</sup> Forma coloquial de referirse a Estados Unidos de Norteamérica

<sup>6</sup> Mercancía importada para comerciar en lenguaje coloquial

negativa de su lugar de origen, o hace de dicha condición un antecedente común, que se convierte en un elemento de los que caracterizan a los ahora juarenses. Finalmente es una ciudad que se ha formado con la llegada de gente entre la cual por supuesto hay diferencias. (Pérez, 1991, p.68)

León comenta que “Son pocos los que se animan a aceptar que ser juarense hoy no es lo mismo que hace treinta o cuarenta años, mucho menos hace un siglo” (2007, p.10)

#### **1.4 Identidad humana**

La identidad, como lo refiere Mercado (2010) en su artículo El proceso de construcción de la identidad colectiva, es “lo que se traduce en la percepción que tiene el individuo de sí mismo y que surge cuando se pregunta ¿quién soy?” (p.2), de esta manera la identidad surge ante una necesidad de autorreconocimiento. Falcon lo menciona en su artículo, *anotaciones sobre identidad y otredad*, donde afirma que la identidad como atributo individual responde a tres necesidades humanas:

Falcon 2008

- La necesidad que tiene el sujeto de percibirse como una totalidad.
- El requerimiento de que esa totalidad tenga una continuidad, esto es, ser “uno mismo” a través del tiempo.
- La exigencia de que esta unidad sea reconocida por el contexto social, lo que se denomina mismidad”. (p.2)

La identidad es entonces, la respuesta a la necesidad de reconocerse como una totalidad aceptada por sí mismo y por el contexto que le rodea. Sin embargo, como ya se había mencionado, esta no es una continuidad estática, inamovible, por el contrario, es una totalidad que evoluciona a partir de los factores externos con los que interactúa, factores que, precisamente participan en la construcción de la identidad humana.

Estos factores son la identidad individual y la identidad social, como comenta Falcon (2008), “La identidad se construye a partir de la confrontación del ideal del yo individual y del ideal social.” (p.2), es el punto de interacción entre la construcción personal de un individuo y los factores que involucra su entorno.

Erikson alude en su libro *identidad juventud y crisis* que:

La formación de la identidad emplea un proceso de reflexión y observación simultáneas que tiene lugar en todos los niveles del funcionamiento mental. Según este proceso, el individuo se

juzga a sí mismo a la luz de lo que percibe como la manera en que los otros lo juzgan a él comparándolo con ellos y en los términos de una tipología significativa para estos últimos, por otra parte, juzga la manera en que los otros lo juzgan a él, a la luz del modo en que se percibe en comparación con los otros y en relación con tipos que han llegado a ser importantes para él.” (Erikson, 1968, p.19)

### **1.5 Identidad individual**

La identidad individual la definimos como todas aquellas características, habilidades y aptitudes que nos auto atribuimos, es lo que nos hace ser únicos y nosotros mismos entre los que nos rodean. comenta Lagarde (2000) que “la identidad se define por semejanza o diferencia en cuanto a los referentes simbólicos y ejemplares. Cada quien es semejante y diferente. Finalmente, cada quien crea su propia versión identitaria: es única o único” (p.61)

Clemente citada por Chong (2009), asume que “la identidad personal es un proceso por el que los humanos nos reconocemos como nosotros mismos, como entidad que cambia con el tiempo, pero que permanece reconocible e identificable a través de esos cambios.” (p.1). Por más que evolucionemos o crezcamos en nuestra vida y en las características que nos conforman nunca dejaremos de ser nosotros mismos para nuestra propia percepción.

La identidad personal de cada juarense es diferente a la de los otros que habitan la ciudad, ya que, como lo mencione en párrafos anteriores, Ciudad Juárez es un lugar en el que interactúa una amplia diversidad de realidades. Esta diversidad social que conforma a Ciudad Juárez, como ya se ha mencionado, no recae únicamente en la procedencia familiar de sus habitantes, también está presente en su contexto laboral, económico e incluso geográfico, ya que, como afirma Pérez (1991) “La diversidad de posiciones socioeconómicas y culturales de los diferentes pobladores de Ciudad Juárez [...] son procesos que se han manifestado en la organización espacial de su territorio físico, en relación con sus usos y la distribución habitacional y ocupacional de su población.” (p.64). Para el año 2015, según datos arrojados por el INEGI<sup>7</sup>, Ciudad Juárez contaba con una población de 1,391, 180 personas distribuidas en sus 321.2 Km<sup>2</sup> entre los cuales, como declara Pérez (1991), existe “una forma especial de distribución de sus áreas industriales, comerciales, habitacionales, de servicios, de recreación y de colonización” (p.64).

---

<sup>7</sup> <http://www.cuentame.inegi.org.mx>

Fuentes (2009) comenta en su artículo La Estructura Espacial Urbana y Accesibilidad Diferenciada a Centros de Empleo en Ciudad Juárez, que esta distribución estructural se deriva del crecimiento rápido de la mancha urbana, la cual se orientó hacia su extremo sur debido principalmente al “alto costo del suelo en la parte central” (p.118) de la ciudad y que esto mismo originó que “las actividades [económicas] terciarias [iniciaran] un proceso de descentralización en busca del grueso de los consumidores, que se establecieron en las áreas habitacionales nuevas al suroriente.” (p.119), originando una descentralización en el comercio y los servicios de Ciudad Juárez. Esto influye en que la identidad personal de cada juarense sea diferente según sea su condición.

Otro factor que afecta en la construcción de identidad personal del juarense es su nivel de interacción con la ciudad de El Paso Texas. Esta ciudad, ubicada en la frontera sur de Estados Unidos de Norte América, colinda de manera directa con Ciudad Juárez formando una sola unidad urbana, dividida por las leyes fronterizas de ambos países. Esto provoca que no todas las personas que radican en Ciudad Juárez cuenten con la oportunidad de interactuar con su ciudad gemela<sup>8</sup>.

Pero también, Pérez explica que:

En esta zona fronteriza sus habitantes se relacionan de diferentes maneras con los Estados Unidos. Entre las clases medias, por ejemplo, encontramos quienes han conseguido permisos para trabajar allá transitando cotidianamente de un lugar a otro, y los que solamente van de compras u ocasionalmente de paseo”. (1991, p.65)

En conclusión, la identidad personal del juarense, por la naturaleza de esta ciudad, puede llegar a ser muy diferente entre cada uno de ellos, dado que Ciudad Juárez tiene entre sus habitantes una marcada variedad social, económica, etc. sin embargo, esta variedad “hace de dicha condición un antecedente en común, que se convierte en un elemento de los que caracterizan a los [...] juarenses” (Pérez, 1991, p.68). se convierte en un factor importante de la identidad social del juarense.

Por último, quiero agregar la definición que brinda Giménez en su artículo Cultura, identidad y memoria. Materiales para una sociología de los procesos culturales en las franjas fronterizas.

La identidad puede definirse como un proceso subjetivo (y frecuentemente autorreflexivo) por el que los sujetos definen su diferencia de otros sujetos (y de su entorno social) mediante la auto asignación de un repertorio de atributos culturales frecuentemente valorizados y relativamente estables en el tiempo.” (2008, p.1)

---

<sup>8</sup> Se llaman "ciudades gemelas" a aquellas que se encuentran a uno y otro lado de un límite internacional y que, por lo tanto, son parte de una misma frontera.

## 1.6 Identidad social

Para entender la identidad social partimos de la definición aportada por Tajfel (1981) en el artículo. La teoría de la identidad social de la conducta intergrupala. En la cual afirma que es “aquella parte del autoconcepto de un individuo que se deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo o grupos sociales juntamente con el significado valorativo y emocional asociado a esta pertenencia” (Citado por Valera, 1994, p. 8). Entendemos así a la identidad social, como todo lo que nos rodea y cómo es que nosotros nos involucramos en ello, convirtiéndonos en parte de este entorno social.

Por esa causa, como observa Falcon (2008) “el proceso de construcción de sentido que le da origen [a la identidad social] está íntimamente relacionado con los valores, principios y cultura del ambiente” (p.2), pero también a las de nosotros mismos, conformándose de esta manera a partir de las similitudes que presentan los integrantes de cierto grupo, así como sus diferencias. Mercado (2010) “menciona que el individuo no está solo, sino que convive con otros, el autoconocimiento implica reconocerse como miembro de un grupo; lo cual, a su vez, le permite diferenciarse de los miembros de otros grupos.” (p.231)

Es de esta manera que, en Ciudad Juárez, la variedad que predomina en la identidad personal de cada uno de sus habitantes y que ha sido comentada en párrafos anteriores, coexiste y como comenta Perez (1991):

Aunque los diversos grupos sociales y culturales [...] no tienen (todos ellos y entre sí) una convivencia o una interacción directa permanente, medios como la prensa, la televisión, o el mero transitar por las calles de la ciudad, les permiten un cierto conocimiento de los otros, ante los cuales se definen ya sea como semejantes o como diferentes. (p.70)

Formándose de esta manera los factores internos que rigen la identidad social del juarense como tal.

Entendemos entonces que la multiculturalidad es factor importante en la formación de la identidad social del juarense, sin embargo, más allá de las diferencias ¿Qué elementos en común comparten los juarenses<sup>9</sup>?

En primer lugar, el factor geográfico, independientemente de la ubicación exacta de residencia dentro de la ciudad (aunque sabemos que existen marcados contrastes entre los sectores que la componen) todo juarense vive o ha vivido una mayor parte de su vida en Ciudad Juárez. Esto

---

<sup>9</sup> Por incumbencia, hasta el año 2014

implica vivir en una zona geográfica que, en datos del IMIP (2014) tiene “clima muy seco o desértico [...] templado con verano cálido con una temperatura anual entre 12 grados y 18 grados centígrados. [Además de ser un clima] muy extremo con oscilación de temperatura mayor de 14 grados centígrados” (p.46) lo cual representa una amplia diversidad climática incluso durante un mismo día.

Hablar de la ubicación geográfica de Ciudad Juárez también implica hacer referencia a su lejanía, la cual consta de 1558 Km en línea recta y 1812 Km por carretera, con el centro de la República Mexicana. En el cual se conglera la estructura política, económica, turística y cultural del país, así como los medios de difusión masivos, los cuales, al exponer esta realidad centralista, aportan un contraste cultural con zonas al margen como Ciudad Juárez.

Sin embargo, esta lejanía no está presente únicamente entre Ciudad Juárez con la Ciudad de México<sup>10</sup>, la distancia que existe con la ciudad de Chihuahua, la cual es capital del estado<sup>11</sup> es de 338,679 km en línea recta<sup>12</sup> y 361.2 Km por carretera.

Incluso dentro del mismo estado, de las 10 ciudades que el INEGI consideró como las ciudades más pobladas de Chihuahua en *el Censo de Población y Vivienda* del año 2015, la única que está a menor distancia de Ciudad Juárez que la capital de estado es la ciudad de Nuevo Casas Grandes, la cual ocupa el puesto número 6 con una población de 55,553 habitantes y está a 198.446 Km en línea recta y 272.6 Km de distancia por carretera.

Aparte de la capital del Estado de Chihuahua, la ciudad capital más cercana a Ciudad Juárez es Hermosillo en el estado de Sonora, la cual en línea recta se encuentra a una distancia de 522.364 Km<sup>13</sup>, en comparación con La Ciudad de México la cual en el mismo radio de distancia hace contacto con la capital de los estados de Aguas Calientes, San Luis Potosí, Jalisco, Guanajuato, Querétaro, Hidalgo, Michoacán, Colima, Veracruz, Estado de México, Morelos, Puebla, Tlaxcala, Oaxaca, Guerrero, Zacatecas y Tamaulipas. Esto es una muestra más de la gran brecha de distancia que existe entre Ciudad Juárez y otras ciudades de México.

---

<sup>10</sup> Conocida hasta el año 2017 como Distrito Federal, es la capital de los Estados Unidos Mexicanos.

<sup>11</sup> Juárez es un municipio perteneciente al estado Chihuahua.

<sup>12</sup> <http://gaia.inegi.org.mx>

<sup>13</sup> La siguiente ciudad capital más cercana es Culiacán Sinaloa con una distancia de 768.352 Km en línea recta.

Esta distancia se hace presente también en como el juarense se ve de manera cultural en relación con el centro del país, ante esto Balderas (2005) cita a intelectuales y escritores de la región quienes, en el primer foro de Cultura Contemporánea de la Frontera Norte, expresaron lo siguiente:

-**Carlos Montemayor**: “A menudo se piensa que el norte esta desligado del país y que la participación cultural de nuestras regiones es nula en la conformación nacional”

-**Sergio Gómez Montero**: “Hay una marcada asimetría entre el desarrollo cultural de la frontera norte y el desarrollo cultural del resto del país”

-**Luis y Aragón**: “Nuestro desierto como todos los desiertos, produce solamente lagartijas y profetas”

-**Sebastián**: “No cabe duda de que aquí, en el norte, los talentos se dan como las flores en el desierto, aislados y en lucha permanente con el medio” (p.13)

Es notorio el sentimiento de segregación y aislamiento en relación con el resto del país que se da debido a la lejanía geográfica de la frontera norte y la necesidad de expresar lo contrario.

El vivir en Ciudad Juárez también implica vivir en una cotidianidad fronteriza, Giménez (2008) destaca que, este tipo de áreas fronterizas “son espacios transnacionales donde los estados concernidos han perdido el control de la dinámica cultural e identitaria de sus poblaciones. Son también, por eso mismo, el lugar de las culturas híbridas y des territorializadas” (parr. 65).

Algunos de los rasgos identitarios derivados de esta fusión cultural que representa una realidad fronteriza son:

La economía, por su ubicación, cercana a Estados Unidos de Norte América, beneficia a la logística de empresas maquiladoras extranjeras, lo cual genera una cantidad considerable de empleos. Para el año 2016 “en Ciudad Juárez opera[n] 325 mil plantas con aproximadamente más de 285 mil colaboradores y una derrama salarial superior a los 1,593 millones de pesos mensuales” (INDEX, A.C, 2016), esto provoca que Ciudad Juárez mantenga una dinámica laboralmente activa a toda hora con una notable estabilidad económica.

La búsqueda de reforzar identidad nacional de manera personal, a pesar de vivir en una hibridación social en la que interactúan y se fusionan rasgos identitarios de dos países los cuales son adoptados por cada uno de los lados de la frontera, esta condición también motiva una búsqueda de reforzar el sentimiento de pertenencia al país de procedencia de cada individuo. En una necesidad de seguir siendo parte de una identidad social más amplia, la de la nacionalidad, sobre esto,

Bustamante (1992) expone que: “los habitantes fronterizos mexicanos, lejos de ser “desnacionalizados”, manifiestan mayor adhesión a las tradiciones, símbolos y valores nacionales que los mexicanos del interior” (Citado por Giménez, 2008 p.70) o por lo menos, un mayor esfuerzo por adherirse a ellos, un ejemplo es el siguiente: En Ciudad Juárez, anualmente se realiza la celebración del grito de Independencia, la cual en el año 2017 obtuvo una asistencia de 250,000 asistentes<sup>14</sup>, mientras que en ese mismo año, en El Zócalo de la Ciudad de México, se contó con una asistencia de 53,000 personas<sup>15</sup>, así mismo, en Monterrey se tuvo una asistencia de 41,000 personas<sup>16</sup>.

El uso del lenguaje, dicha fusión también está presente en el uso de los lenguajes involucrados, en el caso de la frontera entre Ciudad Juárez y El Paso, en donde no solo existe uso constante del idioma vecino como parte de la dinámica cotidiana de cada ciudad, también el idioma español e inglés interactúan formando mutaciones tales como el llamado Spanglish, el cual, Valíková (2002) lo define como: “una invasión del español por el inglés, como una mezcla deforme y alterada de los dos idiomas, o un torrente de anglicismos”. (p.1) que, aunque como dice Valíková, nació en las comunidades latinas de Estados Unidos de Norte América y está presente en todos los países de habla hispana, es en la zona norte de México donde tiene mayor presencia, “la influencia deformadora del inglés en el léxico del español la podemos observar sobre todo en el norte de México” (Valíková, 2002, p.1).

Otro factor importante es la cocina, León (2007) dice que “en Juárez se conjugan muchísimas tradiciones gastronómicas, provenientes de las herencias de los cientos de miles que se han congregado en un solo lugar” (p.19), debido a la multiculturalidad antes comentada, en Ciudad Juárez existe una oferta gastronómica diversa, propia del lugar de origen de sus habitantes “la gente cuando viaja carga su equipaje, lleva consigo lo sustancial para seguir siendo lo que es [...] decenas de miles de migrantes han dejado su huella en Juárez y los introductores de alimentos la han seguido” (León, 2007, p.19). Estos alimentos con el paso de los años se han integrado a la que actualmente, como afirma Coria (2013) es “Después de la industria maquiladora [...] la segunda actividad económica más importante de esta frontera.” (parr.1).

León García (2007):

- ¡Uno de chicharrón y otro de mole!
- Deme dos de barbacoa.

---

<sup>14</sup> <http://juarez.gob.mx/noticia/4464/se-registran-cifras-record-en-asistentes-a-fiestas-patrias>

<sup>15</sup> <https://noticieros.televisa.com/ultimas-noticias/saldo-blanco-grito-independencia-zocalo-y-delegaciones/>

<sup>16</sup> <http://www.milenio.com/estados/el-bronco-da-grito-de-independencia>

Dos de frijoles con asadero y uno de chile relleno.  
-Doce, uno de cada uno y cuatro sodas de dieta.  
- ¿Para llevar o para comer aquí?  
-Me los llevo puestos.

Este tipo de intercambio de palabras se escucha todos los días por cualquier rincón de Ciudad Juárez. Por todas partes se expenden día y noche, miles de burritos con infinidad de guisados envueltos en toda clase de tortillas de harina (p.31)

Los burritos, los cuales al ser una comida simple que consiste en una tortilla de harina enrollada, rellena de una variedad ilimitada de guisados, han logrado un posicionamiento considerable en la cotidianidad juareense y además representa un icono de su identidad ya que, “al igual [que] en Ciudad Juárez, el *burrito* se vende en Estados Unidos, China, Japón, Australia, Rusia, Gran Bretaña, Nepal], (Coria, 2013, parr.6) etc.

Por otro lado, Ciudad Juárez, en las últimas décadas ha estado envuelto en graves episodios de violencia los cuales, bien o mal, ahora forman parte de la identidad del juareense.

Uno de ellos fue, citando a Monárrez (2013), “el asesinato de 382 niñas y mujeres desde el año 1993 al año 2004, fenómeno al cual se le señaló desde 1998 con la palabra feminicidio” (p.4).

Además de esta cifra de asesinatos, la autora del libro *Trama de una injusticia. Feminicidio sexual sistémico en Ciudad Juárez*. expone que:

Un centenar de [mujeres y niñas] han sufrido tortura y violación; en este campo hay quienes han sido mutiladas, calcinadas y sus cadáveres arrojados en sitios inhóspitos o en el desierto que rodea la ciudad. También hay un número indefinido de desaparecidas, de las cuales se cree que han tenido el mismo fin Comisión Interamericana de Derechos Humanos (Monárrez, 2013, p.4).

Otro episodio de violencia con un importante impacto en Ciudad Juárez en las últimas décadas fue la oleada de asesinatos del crimen organizado “en el marco de la política de seguridad gubernamental, particularmente al inicio del sexenio de Felipe Calderón Hinojosa, durante los años 2008-2012” (Cruz, 2014, p.618). Cruz advierte que Ciudad Juárez, al ser una ciudad fronteriza, ser puente principal para el tráfico de drogas y de personas hacia USA, y tras el abandono de infraestructura y servicios por parte del gobierno derivado de la migración (2014) “ha conformado una cultura del homicidio y un clima de violencia general, lo que ha establecido un campo estratégico de batalla del crimen organizado en el que explota la violencia más brutal.” (p.618) Cruz agrega que, “La violencia del crimen organizado alteró la dinámica de vida de la población en

general [...] y su relación con el territorio y la identidad.” (p.617).

Balderas (2005) dice que, “la memoria social colectiva tiene implicaciones espaciales y temporales, de ella se construye nuestra identidad social. No hay memoria histórica sin referentes espacio- temporales” (citando a Baintin, p.11) Ciudad Juárez ha pasado por diferentes etapas a lo largo de su historia, ante esto desde el punto de vista de la identidad Martínez (2005) menciona que:

A pesar de que las épocas han marcado profundamente a diferentes generaciones y algunos sucesos han tenido un impacto más allá de lo local; en la ciudad ha faltado un registro histórico y gráfico de algunos de los hechos más relevantes. Muchos sitios de interés han desaparecido sin dejar huella, desapareció el quiosco original de la plaza de armas, la pila de la Chaveña, la guarnición de la Plaza, la mayoría de los cines de la ciudad, los casinos y muchos de los bares y salones de baile como el Malibú, algunos murales realizados por cholos de la ciudad y así la lista se podría prolongar (p.8)

En el sentir del juareense está presente la idea de que en la ciudad antes las cosas eran mejor, que había más oportunidades, mayor seguridad y más diversión “era la ciudad más deliciosa y la más segura del mundo [...] y uno ahora camina por la ciudad y la ve leprosa, sucia, llena de basura, hecha un estercolero y llena de toda esa chatarra gigantesca que es la fayuca” (Posadas citado por Balderas, 2005, p.5) y esto se ve reflejado con las ausencias de lugares que fueron parte de la historia juareense, muchos de estos lugares refuerzan este sentimiento al quedar sus ruinas o el espacio en el que solían estar, incluso un monumento a estas ausencias y al Juárez del ayer que ya no está es el Noa Noa, bar que abrió sus puertas en 1964, y que fue testigo de la época dorada de la Avenida Juárez cuando “la ciudad estaba inundada de estadounidenses porque en ese entonces, durante la Guerra de Vietnam, había una base cercana con 20,000 soldados “y los dejaban venir a divertirse aquí y gastaban todo lo que tenían porque no sabían si iban a volver” (“Meche” citada por Efe, 2016, parr.5) y lugar que en el año 1980 Alberto Aguilera Valadez, hiciera famoso a nivel nacional con una canción homónima<sup>17</sup>. En la actualidad el espacio en el que se encontraba este reconocido lugar sobre la Avenida Juárez, a unos metros de la línea fronteriza, funciona como estacionamiento.

Como última aportación a las definiciones anteriores, agrego lo dicho por Lagarde.

La identidad social que se elabora a partir del reconocimiento, en la propia identidad, de valores, de creencias, de rasgos característicos del grupo o los grupos de pertenencia, que también resultan definitorios de la propia personalidad. Es una especie de acuerdo interior entre la identidad personal que se centra en la diferencia con respecto a los otros y la identidad colectiva que pone el acento en la igualdad con los demás. (Lagarde, 2000. P20)

---

<sup>17</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=moG49nifO4g>

## **1.7 Perspectiva del juarense sobre sí mismo**

Entonces, al entender que un factor importante en la configuración de la identidad social es la percepción que el grupo de individuos que la componen tienen de sí mismos, surgen las siguientes preguntas. ¿Cuál es la percepción del juarense sobre sí mismo?, ¿Existe una percepción general o se divide por sectores de la misma ciudad?

Para ofrecer una respuesta a estas interrogantes se decidió desarrollar un método de recopilación de datos y aplicarlo a personas que hayan nacido en Ciudad Juárez o personas a las cuales el tiempo que llevan residiendo en la ciudad las haga sentirse juarenses.

### **1.7.1 Aplicación**

El método de recopilación de datos elegido fue un cuestionario semiabierto en el cual, a partir de cada pregunta se presentan 5 respuestas posibles, con las cuales, el encuestado debe jerarquizar entre cuál es la que más considera conveniente como respuesta a la pregunta y cuál menos conveniente, marcándolas del 1 al 5, Como se mencionó, es un cuestionario semiabierto ya que se agregó un espacio para ampliar la respuesta del encuestado o brindar alguna otra de ser necesario, y de esta manera recibir datos más completos.

Se eligió crear un cuestionario con un sistema similar a la escala de Likert como base para las encuestas, con la finalidad de que el proceso de llenado resulte fácil para el encuestado y los datos recabados con ellas permitan una fácil tabulación.

Almada (2007) refiere que “Ciudad Juárez no es [...] una unidad homogénea, si no un territorio con marcados contrastes en su interior” (p.8) ya que como se ha comentado en este documento, en esta ciudad existe una gran diversidad cultural, y social en interacción y que se puede notar de manera contrastada en las diferentes zonas de la mancha urbana.

Incluso, el mismo Almada propone, a partir de datos obtenidos por el IMIP, una división de Ciudad Juárez en 14 zonas las cuales seleccionó, buscando que mantuvieran “la mayor homogeneidad y consistencia posible en su interior” (p.14) y de manera posterior, agrupo estas 14 zonas en lo que él llamo las “3 grandes ciudades” (2007, p.8) las cuales se componen de: la Ciudad Norte, la Ciudad Poniente y la Ciudad Sur o Ciudad Nueva.

Lo relevante de esta división territorial, son los contrastes que Almada logró ubicar en las tres grandes ciudades que componen a Ciudad Juárez, entre los que destacan las siguientes diferencias poblacionales:

- La de la Ciudad Norte, correspondiente a la población de un estado desarrollado, que presenta tasas de dependencia muy bajas, una menor proporción de niños, adolescentes y jóvenes y altas proporciones de adultos y adultos mayores.
- La de la Ciudad Poniente (más acentuada en la zona Norponiente, Revolución y Poniente) que se acerca más a la de una zona pobre tradicional, con caras más altas de dependencia, con proporciones altas de niños y muy altas de adolescentes y jóvenes y las menores proporciones de adultos.
- Y finalmente la de la Ciudad Sur, - observable con más claridad en las tres zonas del extremo sur de la ciudad: Morelos-La Torres, Surponiente y Zaragoza-, que presenta una distribución de la población claramente atípica y marcada por el impacto de la migración reciente, con una carga altísima de niños pequeños, una proporción baja de jóvenes, proporciones medias de adultos y finalmente proporciones muy bajas de adultos mayores. (2007, p.29)

A esto, cabe agregar que la mayor actividad realizada en las distintas grandes ciudades es la siguiente: Ciudad Norte: Estudios, Ciudad Poniente: Dedicación al Hogar y Ciudad Sur: Trabajo.

Una zonificación similar es la que realiza Acosta, quien propone una división de Ciudad Juárez en seis grandes zonas “relativamente homogéneas en la cantidad poblacional y extensión territorial; y en las características de las viviendas y población” (Acosta, B. 2009, p.138)

Acosta divide cada una de las 3 zonas propuestas por Almada en dos partes basándose en similitud de territorio y poblacional (Zona Nor-poniente, Zona Nor-oriente, Zona Centro-oriente, Zona Centro-poniente, Zona Sur-oriente, Zona Sur-poniente), sin embargo, explica que en la zona norte es muy notable una marcada desigualdad en población y desarrollo de infraestructura.

Entendemos entonces a Ciudad Juárez como una Ciudad con 3 diferentes tipos de población dentro de sí misma (basándonos en la zonificación de Almada) y que muestran contrastantes diferencias entre sí, y que por vecindad geográfica pueden ser fácilmente agrupadas en 3 grandes ciudades, es por esta contrastada diferencia por lo que se eligió seleccionar un muestreo aleatorio simple con el objetivo de “garantizar la equiprobabilidad de elección de cualquier elemento y la

independencia de selección de cualquier otro” (García, 2005, p.5), es decir, que todos los elementos tengan la misma probabilidad de ser seleccionados, pero atendiendo a que, en la muestra seleccionada se tenga que tener igual participación de las tres grandes ciudades que componen a Ciudad Juárez. Se consideró también la aplicación únicamente a mayores de edad con la finalidad de obtener respuestas objetivas en ellas, sin embargo, en la edad máxima de los encuestados no existió un límite en específico.

Para definir el tamaño de la muestra se siguió la fórmula representada en la imagen número 1<sup>18</sup>, en la cual el porcentaje de la población con el atributo deseado responde a lo dicho por Almada (2005), quien observa que para la primera década del siglo XXI, “el 37% de la población de Ciudad Juárez es originario de otra entidad” (p.31) y entendiendo que este 37% no representa el total de los habitantes de Ciudad Juárez que no se sienten juarenses, a pesar de su origen, de esta manera se toma un 10% como el porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado, en una población de 1,428,508 habitantes, un nivel de confianza del 95% y un error máximo estimado del 5%. Dando un tamaño de muestra de n=98.34.

Imagen 1:

**Formula muestra.**

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

*Fuente: Asesoría y Desarrollo Estratégico Empresarial (ASEDESTO) (2020).*

Con el objetivo de que la encuesta fuera fácil de responder y rápida, se creó un cuestionario de 15 preguntas ya que, como advierte Linares, “una encuesta con demasiadas preguntas puede cansar o aburrir a los entrevistados y como consecuencia puede impedir que completen el cuestionario o que proporcionen información precisa.” (p.332). El cuestionario se probó con 30 individuos y por medio de la observación se llegó a la conclusión de que el número de preguntas debía reducirse aún más, además de cambiar el formato físico a uno digital para mayor comodidad del encuestado.

De esta manera, se creó un cuestionario digital de 10 preguntas el cual fue aplicado a 100 personas en distintas zonas de Ciudad Juárez, respondiendo a la distribución de las tres grandes

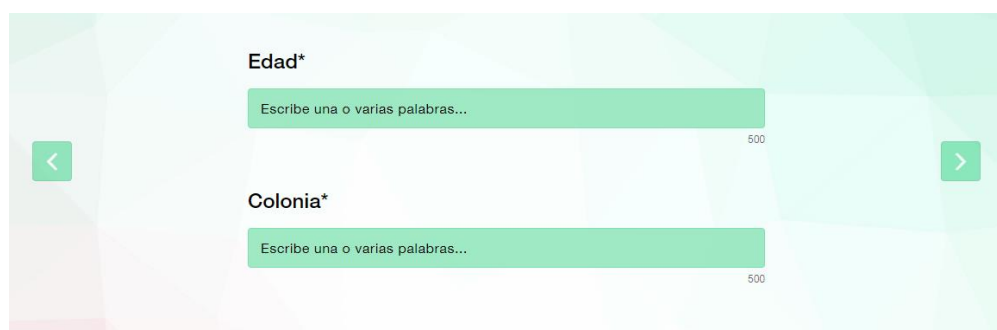
---

<sup>18</sup> Obtenida de ASEDESTO: Asesoría y desarrollo estratégico empresarial.

ciudades que, según Almada (2007, p.8), la componen.

Las 10 preguntas mencionadas, fueron distribuidas de la siguiente manera: Inicialmente, a pesar de ser anónimo, el documento cuenta con dos espacios (imagen número 2) en los cuales se pide al encuestado especificar su edad y la colonia en la que vive. Esto con el objetivo de ubicar en la medición de los resultados, cuáles fueron los rangos de edad y cuál fue el mapa que se logró cubrir con las encuestas realizadas.

Imagen 2:  
**Delimitación.**

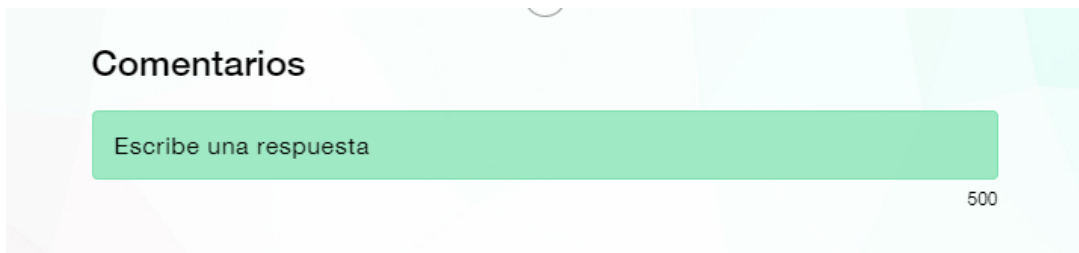
The image shows a digital survey interface with a light green background. It features two text input fields. The first field is labeled 'Edad\*' and the second is labeled 'Colonia\*'. Both fields have a placeholder text 'Escribe una o varias palabras...' and a character count of 500. There are green navigation arrows on the left and right sides of the form.

Fuente: Survio (2019).

La siguiente pregunta es la primera con el formato semiabierto, la pregunta es: *¿Cuál es el rasgo más representativo del juarense? Por favor ordene, donde el número 1 es el más representativo y el 5 el menos representativo.* Y las opciones para el encuestado son: *su acento, su carácter, su cocina, su cultura, su educación.*

Esta pregunta tiene como objetivo definir qué es lo que el juarense considera como lo más importante en la construcción de su identidad, además se pretende conocer si alguno de estos elementos seleccionados en realidad no identifica al juarense encuestado o si faltó de incluir alguno con mayor importancia que los 5 seleccionados, esta oportunidad de ampliar los datos se incita en un espacio dentro de la pregunta, denominado *Comentarios.* (Imagen número.3).

Imagen 3:  
**Comentarios.**



Fuente: Survio (2020)

Posteriormente la siguiente pregunta es: *¿Cuál es la mayor influencia en la formación de la identidad juarense? Por favor ordene, donde el número 1 es la mayor y 5 la menor.* En esta pregunta las opciones para el encuestado fueron las siguientes: *Su cercanía con USA, los episodios de violencia de Ciudad Juárez, su lejanía con el centro de la República, la migración de otros estados de la República, su aislamiento geográfico.*

Al igual que con la pregunta anterior, el objetivo es descubrir cuál de estos 5 elementos consideran los juarenses que influye más en la formación de su identidad, además de identificar la actitud del encuestado ante el planteamiento de estas propuestas. Se pretende también que en las líneas destinadas a comentarios aclaren si las respuestas les parecen o no las convenientes y descubrir si existe alguna otra influencia no identificada hasta el momento de la aplicación de las encuestas.

La cuarta pregunta tiene el objetivo de definir si al juarense en realidad le gusta o no ser considerado como tal o si le gusta vivir en Ciudad Juárez. Se espera ubicar en los comentarios elementos que agraden o desagraden al juarense.

La pregunta está compuesta de la siguiente manera: *¿Qué es lo que más te gusta de ser juarense? Por favor ordene, donde el número 1 es lo que más le gusta y el 5 el que menos le gusta.* Y las respuestas que se proponen son: *La ubicación geográfica de Ciudad Juárez, las oportunidades laborales que hay en Ciudad Juárez, la capacidad de adaptación, la historia de Ciudad Juárez, la dinámica de Ciudad Juárez.*

La quinta pregunta en la encuesta es *¿Cuál es la principal cualidad del juarense? Por favor ordene, donde el número 1 es lo más representativo y el número 5 el menos representativo.*

Las respuestas propuestas para esta pregunta son: *Su hospitalidad, su capacidad para adaptarse a situaciones adversas, ser trabajador, multiculturalidad, su amigabilidad.*

Esta pregunta responde a su vez la interrogante: ¿El juarense es una persona que se define con cualidades? Y de ser así ¿Cuáles son?, se busca que el encuestado legitime o rechace las respuestas propuestas y a su vez aporte otras de ser necesario.

En la siguiente pregunta, el objetivo es incomodar al encuestado para buscar conocer sobre su conformidad o aceptación como juarense: ***¿Cuál es el principal defecto del juarense? Por favor ordene, donde el número 1 es el más representativo y el 5 el menos representativo.*** Para esta pregunta las respuestas fueron: *Su carácter, sus rasgos físicos, la dinámica de convivencia con otras personas, su identidad cultural, su dependencia de la cultura norte americana.*

La siguiente pregunta, así como las que le continúan, tiene el objetivo de brindar información sobre la conformidad del juarense en relación con otros juarenses, entender cómo se relaciona esta identidad interna. Esta pregunta está conformada de la siguiente manera: ***¿Cómo es la actitud del juarense? Por favor ordene, donde el número 1 es el más representativo y 5 el menos representativo.***

Ante esta pregunta, las soluciones propuestas son las siguientes: *Amable, grosero, indiferente, amigable, apático.*

La siguiente pregunta es: ***Cuando está fuera de la ciudad, ¿cómo se expresa el juarense de su comunidad? Por favor ordene, donde el número 1 es el más representativo y 5 el menos representativo.*** Y las respuestas posibles son: *Orgullosa, avergonzada, preocupada, indiferente, enojada.* En esta pregunta, además de la respuesta del encuestado, se espera tener complemento desde varios puntos de vista ¿Cómo te expresas tú? ¿has escuchado a otro juarense expresándose de Ciudad Juárez fuera de ella? ¿Estás de acuerdo con lo que expresa?

En la siguiente pregunta lo importante es conocer de manera explícita qué quejas pudiera tener el juarense de otros juarenses, o en su defecto, qué cualidades pudiera expresar, más allá de las preguntas que se proponen en la encuesta, además de legitimar o descalificar a las mismas:

***¿Cuál es la dinámica del juarense con su entorno? Por favor ordene, donde el número 1***

*es el más representativo y el 5 el menos representativo, para resolver esta pregunta se propone: Respeto, destrucción, cooperación, indiferente, apatía.*

Y finalmente con esta pregunta se busca conocer cómo cree el juarense que se le percibe en otros lugares: *En otras ciudades, ¿Qué se cree del juarense? Por favor ordene, donde el número 1 es el más representativo y el 5 el menos representativo.* Para resolver esta pregunta se propone lo siguiente: Que es violento, que está aislado del país, que es pasivo ante la violencia, que es resistente ante la violencia, que es amable.

Esta encuesta en general, como ya se especificó en algunas de las preguntas que se encuentran en párrafos anteriores, es aplicada con el objetivo de legitimar por el mismo juarense los factores que componen su identidad social. Esto con el objetivo de profundizar en la percepción del juarense de sí mismo y que esta investigación no se nutra únicamente de información que hable del juarense, desde fuera de la opinión de este.

## **1.7.2 Resultados**

A continuación, se presentan los resultados obtenidos tras la aplicación de las encuestas antes mencionadas.

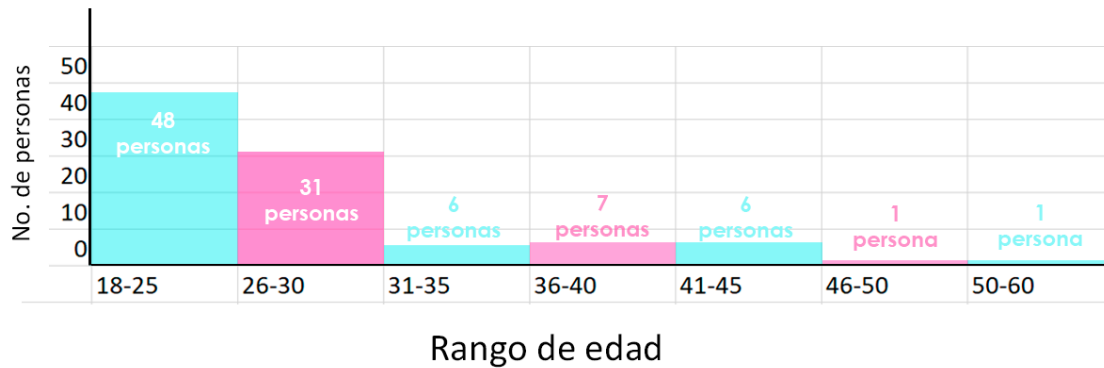
### **1.7.2.1 Segmentación**

Profundizando lo comentado en párrafos anteriores, el rango de edad considerado en la aplicación de la encuesta fue estimado de 18 años en adelante. La muestra obtenida en este caso fue desde los 18 hasta los 56 años. un factor que determinó este rango fue la disposición que el encuestado presentaba para contestar la encuesta, ya que los intentos que se realizaron con personas de una edad mayor terminaban en negativas, mientras que los más jóvenes no mostraban el interés deseado para los fines de esta investigación, en la gráfica número 2 se puede observar que el 79% de los cuestionarios fue respondido por personas entre los 18 y los 30 años.

Gráfica 2:

**Edad de los encuestados.**

2019



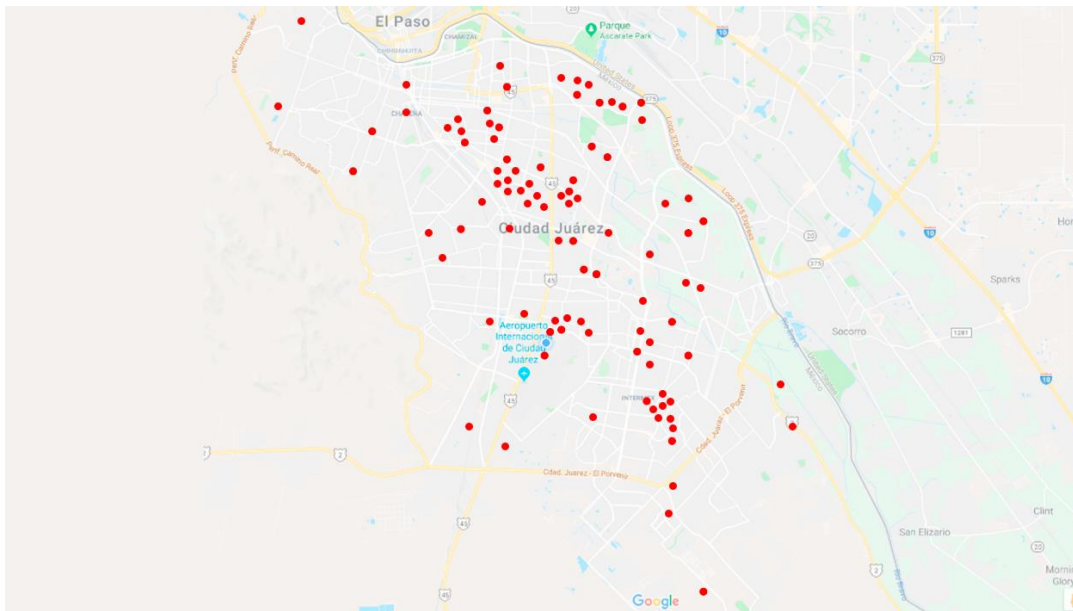
Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).

El área en el que se aplicaron las encuestas tuvo una delimitación marcada al norte por la Colonia Felipe Ángeles, al sur por el Fraccionamiento Arcas, al este por la Colonia Salvarcar y al oeste por la Colonia Fronteriza. Es importante destacar que dentro de esta variedad geográfica tuvieron participación áreas con un estatus socioeconómico fuerte en Ciudad Juárez, tales como El Campestre o San Pablo y a su vez tuvieron participación sectores con un débil nivel socioeconómico, como la Colonia Mariano Escobedo o la colonia Vicente Guerrero.

Imagen 4:

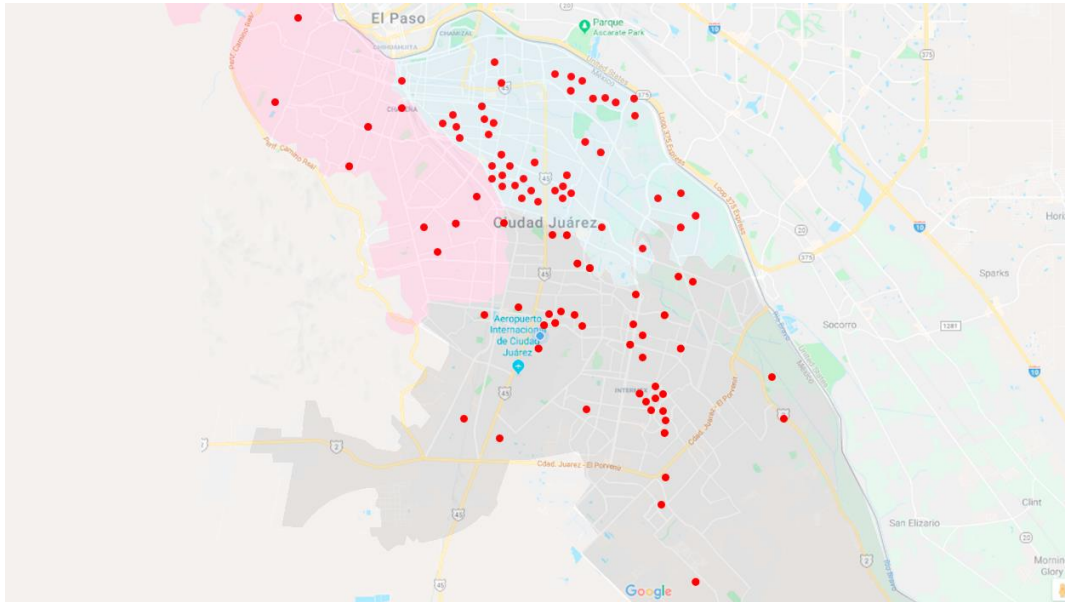
**Mapa.**

2019



Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).

Imagen 5:  
**Ciudades.**  
 2019



*Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).*

### 1.7.2.2 Análisis de resultados

Primera pregunta:

Cuadro 1:  
**Primera pregunta.**  
 2019

Respuesta	Importancia
Su carácter	3.8
Su acento	3.5
Su cocina	2.9
Su cultura	2.8
Su educación	2.1

*Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).*

En la primera pregunta se dio mayor importancia a la respuesta que indica que el rasgo más distintivo del juareense es el carácter y menos importancia a su educación. Algunos de los aportes

brindados por los encuestados fueron los siguientes: “La mejor frontera del mundo”, “Ciudad Juárez se identifica por su acento y sus burritos”, Juárez es la frontera más importante del país y la más productiva del estado”, “Su diversidad cultural por la migración en la ciudad”, “Juárez es una mezcla de culturas”, A pesar de los pocos atractivos turísticos, Juárez es sin duda un lugar lindo para conocer, “Esta zona se caracteriza más por su cultura, “Hay más gente buena muy buena que mala, solo vive en miedo”, “Arriba Juárez” y “Ahora no sé, antes era su hospitalidad y su carácter abierto, menos prejuicioso”.

Segunda pregunta:

Cuadro 2:  
**Segunda pregunta.**  
 2019

Respuesta	Importancia
Su cercanía con USA	4.3
Los episodios de violencia de Ciudad Juárez	3.2
La migración de otros estados de la República	3.0
Su lejanía con el centro de la República	2.7
Su aislamiento geográfico	1.8

*Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).*

Con un alto nivel de aceptación, la respuesta de “Su cercanía con USA”, es la que los encuestados consideran que es la mayor influencia en la formación de la identidad del juarense, mientras que tan solo con un nivel de importancia de 1.8, se considera que el aislamiento geográfico es la respuesta menos apropiada para esta pregunta.

Algunos de los aportes presentados en esta pregunta, fueron los siguientes: “Existen muchas variantes, pero no una tan firme con la situación de Estados Unidos”, “Es una frontera con choque cultural enorme”, “Es una entrada fácil a Estados Unidos o eso creen los que emigran para intentar cruzar”, “Buscan más el dinero que la educación”, “La violencia existe [sic] en todo el mundo, no solo en Juárez, es hermosa, somos más los buenos!” y “Los primeros tres son desde el punto de

vista histórico”.

Pregunta 3:

Cuadro 3:  
**Tercera pregunta.**  
2019

Respuesta	Importancia
La capacidad de adaptación	3.5
Las oportunidades laborales que hay en Ciudad Juárez	3.4
La ubicación geográfica de Ciudad Juárez	3.2
La historia de Ciudad Juárez	2.8
La dinámica de Ciudad Juárez	2.2

*Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).*

En la tercera pregunta, las personas mencionaron que, de las respuestas ofrecidas, lo que más le gusta de ser juarense es su capacidad de adaptación respuesta que no estuvo tan alejada de las oportunidades laborales y la ubicación geográfica de la ciudad, sin embargo, la respuesta con menos nivel de importancia fue la de la dinámica de Ciudad Juárez con apenas un 2.2. entre los aportes de los encuestados se presentan los siguientes: “Tenemos mucha cultura, pero nada como su historia”, “Me gusta el trato que brindamos a todo aquel que pisa juaritos”, “Los burritos” y “Hay trabajo, pero mal pagado... pero mucho mejor que en otros estados”.

En esta pregunta la tercera respuesta con mayor aceptación fue la ubicación geográfica de la ciudad, pudiera ser que en realidad el público encuestado no considere que la lejanía con el centro de la República represente un aislamiento geográfico y que incluso, esto se compense con la cercanía que tiene con Estados Unidos de América.

Pregunta 4:

Cuadro 4:  
**Cuarta pregunta.**  
2019

Respuesta	Importancia
Su hospitalidad	4.0
Su capacidad de adaptarse a situaciones adversas	3.2
Multiculturalidad	2.9
Ser trabajador	2.5
Su amigabilidad	2.5

*Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).*

¿Cuál es la principal cualidad del juarense?, ante esta pregunta, la respuesta que obtuvo mayor importancia fue que hace referencia de su hospitalidad con un 4.0, seguida de su capacidad para adaptarse a situaciones adversas, ser trabajador y su amigabilidad se consideraron las respuestas menos aptas para esta respuesta, puede ser que en realidad el juarense no se considere una persona trabajadora.

Las siguientes fueron las aportaciones de los encuestados: “Somos los más divertidos”, “Aceptamos y brindamos ayuda a quien lo requiera sin necesidad de que nos pidan ayuda”, “Aceptamos a todos mientras respeten la ciudad, “Es muy social” y “su amabilidad”.

Pregunta 5:

Cuadro 5:

**Quinta pregunta.**

2019

Respuesta	Importancia
Su dependencia de la cultura estadounidense	3.9
Su identidad cultural	3.1
Su carácter	3.1
La dinámica de convivencia	3.0

con otras personas	
Sus rasgos físicos	2.0

*Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).*

En la pregunta sobre el principal defecto del juareense hubo tres respuestas con buena aceptación por parte del público encuestado, con 3.9 de importancia se optó por la opción de su dependencia de la cultura norteamericana, lo cual resulta interesante, ya que en preguntas anteriores se definió que su relación con Estados Unidos de América era una de las mayores influencias en la identidad del juareense, las otras opciones con buena aceptación fueron la de su identidad cultural y la de su carácter, con 3.1 de importancia, mientras que con tan solo 2.0 de importancia (muy lejana a las otras respuestas), los encuestados consideraron esta última como la opción menos pertinente, puede ser que el juareense no encuentre diferencias físicas importantes en relación con otras personas, lo cual es muy entendible por la misma diversidad que existe en Ciudad Juárez.

Estas son algunas de las aportaciones de los encuestados: “Pienso que el principal defecto es vivir siempre con prisa”, “La mala fama que se creó por un mal manejo de entorno social y justicia, seguridad pública... otro defecto que la mayor parte no quiere a Juárez y ella ha dado todo por ellos”, “Su inestabilidad con la violencia”, No considero que los rasgos físicos sean un defecto” y “El carácter, ya que muchos hacen miserable a Juárez por su carácter y manera de pensar”. Cabe destacar que en este apartado se localizaron un par de respuestas descartando la pregunta y sus respuestas, lo cual se considera aceptable ya que lo que se buscaba era incomodar al encuestado esperando ampliar su respuesta.

Pregunta 6:

Cuadro 6:

**Sexta pregunta.**

2019

Respuesta	Importancia
Amable	4.5
Amigable	3.7
Apático	2.6
Indiferente	2.6
Grosero	1.7

*Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).*

Como respuesta a la pregunta de ¿cómo es la actitud del juarense?, La mayor aceptación se mostró con amplia ventaja en la respuesta “amable” seguida de “amigable”. El resto de las respuestas no tuvieron mucha aceptación e incluso solo un 1.7 de importancia obtuvo de los encuestados la respuesta de grosero. Al parecer el juarense desde su propia perspectiva no se identifica como una persona grosera e incluso resalta su amabilidad y amigabilidad.

Los siguientes son aportes de los encuestados: “Somos los más intensos y amables”, “También depende de la gente” y “Somos amables, pero muchas veces indiferentes”.

Pregunta 7:

Cuadro 7:

**Séptima pregunta.**

2019

Respuesta	Importancia
Orgullosa	3.9
Preocupada	3.5
Indiferente	2.1
Avergonzada	2.7
Enojada	1.9

*Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).*

¿Cuándo esta fuera de la ciudad, cómo se expresa el juarense de su comunidad? En esta pregunta el encuestado mostro que el juarense se expresa orgullosa de su ciudad cuando está fuera de ella, con una respuesta muy seguida de la que destaca la preocupación. queda claro que el juarense cuando está fuera de su ciudad resalta lo bueno de ella y se preocupa por los problemas que le aquejan, incluso, además las opciones de avergonzada y de enojada fueron las que menos nivel de importancia obtuvieron, apenas con 2.7 y 1.9 respectivamente.

Estas fueron algunas de las participaciones de los encuestados: “Mayormente seria preocupada por el que dirán o en si avergonzada”, “Que aquí tenemos los mejores burritos y

barbacoa” y “Orgullosa por las ganas de salir adelante y enojada con los que hacen mal a la ciudad”.

Pregunta 8:

Cuadro 8:

**Octava pregunta.**

2019

Respuesta	Importancia
Indiferente	3.5
Respeto	3.2
Cooperación	2.8
Destrucción	2.6
Apatía	2.1

*Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).*

La muestra encuestada considera que el juarense es indiferente con su entorno, antes de ser respetuoso, destructivo o cooperativo, aunque el muy poca importancia obtuvo la respuesta de apatía. Puede ser que el juarense reconoce indiferencia hacia su entorno a pesar de que no considera esa indiferencia como algo dañino. En esta pregunta uno de los encuestados escribió lo siguiente “la gente que viene destruye la ciudad, ya que no la respeta (ciertos casos)” y otra persona aportó “Esta complicada de responder, las personas que destruyen la ciudad es posible que no se sientan parte de ella”.

Pregunta 9:

Cuadro 9:

**Novena pregunta.**

2019

Respuesta	Importancia
Que es violento	3.9
Que es resistente ante la violencia	3.4
Que está aislado del país	2.7

Que es pasivo ante la violencia	2.5
Que es amable	2.5

*Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).*

Como respuesta a la última pregunta, la mayoría de los participantes encuestados cree que, en otras ciudades, lo que se cree del juarense es que es violento y que es resistente a la violencia con aceptación de 3.9 y 3.4 respectivamente, esto parece ser muestra de la importancia que el juarense le da a la violencia que existe en Ciudad Juárez como rasgo de su propia identidad. En esta pregunta cobra importancia nuevamente el tema del aislamiento con el resto del país, al parecer de las otras tres opciones de respuesta se obtuvo muy poca importancia a comparación de las dos primeras.

Algunas de las aportaciones fueron las siguientes: “Sabemos salir de los mayores problemas”, “los medios solo remarcan lo malo”, “Todo lo malo y al final lo bueno lamentablemente”, “Que viajas en camellos o no hay centros comerciales”.

Es difícil abordar la identidad social de los habitantes de una región, y aún más cuando se trata de una ciudad con tanta diversidad cultural como lo es Ciudad Juárez, sin embargo, realizar un acercamiento a la opinión que el juarense tiene de sí mismo, nos permite entender de manera más objetiva como es que se construye esta identidad.

Durante la aplicación de esta encuesta, ninguno de los participantes se mostró molesto o inconforme con las respuestas propuestas, sin embargo, externaron la necesidad de aclarar que la identidad del juarense está compuesta por la multiculturalidad, opiniones que, de manera posterior a la encuesta se abrieron al dialogo, lo que nos permitió validar que esta es una opinión compartida entre los juarenses. La encuesta nos permitió encontrar coincidencia en la opinión sobre la importancia que tiene para esta multiculturalidad, la influencia de los Estados Unidos de América y la migración de otros estados de la República, sin embargo, en las respuestas también se logró percibir el rechazo que se tiene hacia la dependencia que esta influencia genera en él juarense. Otro aporte importante que se obtuvo con las encuestas fue descubrir que, al juarense desde su propia percepción no le incomoda el aislamiento existente en Ciudad Juárez en relación con otras ciudades importantes del país, pasando incluso desapercibido.

Con las encuestas se descubrió también que el juarense se considera una persona resistente

cuya identidad está fuertemente afectada por la violencia que se ha vivido en Ciudad Juárez a pesar de que el juarense no se considera violento a sí mismo, ni agresivo hacia otros juarenses ni hacia personas que vienen de fuera de la ciudad. Considerándose incluso, amigable y hospitalario.

El juarense a su vez se considera alguien que a pesar de que no daña su entorno, no realiza mayor esfuerzo por apoyar su mejora.

## **1.8 Conclusiones**

La identidad individual de cada juarense es única frente a los otros juarenses, esto se debe a diferentes causas entre las que resaltan, la migración que se ha dado en las últimas décadas desde otras ciudades de la República Mexicana a Ciudad Juárez, la diversidad socioeconómica que existe junto a la amplia oferta laboral, dividida en sectores estratégicos de la policéntrica ciudad, la cercanía con los Estados Unidos de América, entre otras causas. Sin embargo, esta diversidad y la influencia de otras regiones son parte importante en la construcción de la identidad social del juarense.

En este primer capítulo se ha abordado la identidad individual del juarense y su interacción con otros juarenses para la construcción de su identidad social. Una vez que se conocieron los elementos que componen la identidad social de este, se intentó conocer cuál es la percepción que el juarense tiene respecto a estos elementos identitarios y en general, cual es la percepción que tiene de sí mismo.

Como se vio en párrafos anteriores, la identidad se compone del yo y el otro, de esta manera, una vez conocida cual es la percepción del juarense de sí mismo, en el siguiente capítulo se analizará cual es la percepción que el otro tiene del juarense.

## Capítulo 2

### Otredad

#### 2.1 Introducción

En el capítulo anterior se abordó el tema de la identidad en el cual se hizo presente la importancia de la otredad en su construcción, como hace referencia Cangas:

Al hacerlo [hablar de identidad], implícitamente nos enfrentamos en una relación dialéctica con una otredad, esa entidad que se deslinda del yo, ausente, ajena a nosotros, pero imprescindible en el reconocimiento de nosotros mismos, presente en nuestro presente, en un hecho diádico que conjuga una situación de inclusión-exclusión, un vínculo relacional de confrontación, que permite establecer las diferencias entre lo mismo y lo distinto. (2008, p.119).

Cangas refiere que la comprensión entre lo que somos nosotros mismos y en contraste con los otros que nos rodean, la aceptación de similitudes y diferencias que finalmente es lo que nos hace entendernos como seres individuales.

Como lo dicho por Pérez-Estévez (1996) quien comenta que “Ser individuo implica ser, en cuanto individuo, radicalmente distinto, diferente y formalmente otro respecto a los demás individuos de la misma especie, aunque simultáneamente implique ser idénticos, en cuanto pertenecientes a la misma especie” (Citado por Darwin, 2017, parr.11), en el proceso de reconocimiento del “yo” como ser individualizado está implícita la necesidad de vernos en el otro, en el que nos rodea, el cual a pesar de las similitudes y la relación que pueda presentar se caracteriza por no ser “yo”, por ser diferente y por darnos la oportunidad de reconocernos a nosotros mismos en comparación de lo que no somos. Ante esto, León (2007) argumenta que “los hombres de todo el mundo siempre han buscado la manera de diferenciarse de los demás, de identificarse con los de su entorno más inmediato” (p.12). pero también con los que interactuamos y nos dan la oportunidad de crear comparaciones de una manera constante e incluso cotidiana.

Pero entonces, así como nosotros necesitamos reconocer al otro para poder reconocernos a nosotros mismos, también somos el referente en la construcción de su propia identidad tomando la figura de “el otro”, es entonces aquí, que en la percepción del que nos rodea tenemos un reconocimiento diferente del que nosotros mismos podemos construir.

De esta manera, en el proceso de reconocimiento del “yo” es necesario prestar atención a la

percepción del otro para construir un panorama más amplio y objetivo del que la perspectiva propia nos puede brindar. Pero ¿A qué se refiere el concepto de otredad?, ¿Quién es esa otredad al hablar del juarense? Y a raíz de esto ¿Qué no es el juarense? Y ¿Cuál es la identidad del juarense a través de la percepción del otro?

El actual capítulo tiene como objetivo responder estas preguntas con la finalidad de tener una percepción más amplia de la identidad del juarense, por esta razón se profundizará en el tema de la otredad para después ahondar en el reconocimiento de este actante con el objetivo de conocer cuál es esta percepción y como afecta al juarense.

## 2.2 Definición de otredad

La primera interrogante que se nos presenta al abordar este tema es la siguiente ¿a qué nos referimos específicamente cuando hablamos de otredad?

Al igual que lo hecho con el concepto de identidad, se parte este punto de lo dicho por la Real Academia de la Lengua Española<sup>19</sup> en la definición de la palabra otredad.

1. f. Fil. Condición de ser otro.

Entendiéndose a la palabra Otro<sup>20</sup>, la cual etimológicamente parte de del latín *alter*, *altera* como:

1. adj. Dicho de una persona o de una cosa: Distinta de aquella de que se habla. U. t. c. s.
2. adj. Nuevo o adicional. U. sin artículo. *Te lo diré otra vez.*
3. adj. U. para explicar la suma semejanza entre dos cosas o personas distintas. *Es otro Ciudad.*

---

<sup>19</sup> <https://dle.rae.es/?id=RLMGLun>

<sup>20</sup> <https://dle.rae.es/?id=RLQQxGn>

4. adj. U. con artículo y ante sustantivos que expresan tiempo, como *día, tarde o noche*, los sitúa en un pasado cercano. *El otro día vi a tu primo. Hablamos del asunto la otra tarde.*
5. adj. U. con artículo y ante sustantivos que frecuentemente expresan tiempo, como *día, semana, mes o año*, equivale a *siguiente*. *Convinimos en reunirnos de nuevo al otro día. A la otra semana los pagarán. Hay una farmacia en la otra esquina.*
6. adj. Dicho de una persona: Distinta de la que habla o piensa.
7. pron. Una persona o cosa distintas de aquellas de que se habla. *Hay diferencias entre unos jugadores y otros. Eso cuéntaselo a otro.*

Los puntos 1, 6 y 7 en la definición de la palabra "otro" que nos ofrecen la Real Academia de la Lengua Española, hacen referencia a esa primera entidad, la del "yo", y su relación con todo aquello que no es, de la misma manera en la que al hablar de identidad es necesario hablar de la otredad, esta última es inherente a la identidad. Dicho en palabras de Cangas (2008), la identidad "reivindica al mismo tiempo la idea de la diversidad, es decir, [...] la génesis ontológica en la concepción del ser, de lo que se es y de lo que se será." (p.121), es entonces que la interacción del yo con el que ontológicamente no se es, reafirma lo que, sí se es, y lo que puede o no ser.

En cuanto a la interacción, retomo este fragmento recurrente en las definiciones de la Real Academia de la Lengua: "Distinta de la que habla o piensa." Ya que considero importante hacer referencia que, a pesar de las diferencias que existen entre el otro y la persona de la que se habla o piensa como se expresa en la RAE, de alguna manera existe una unión por la cual es necesario relacionarlos ya sea por diferencia o por similitud, Falcon dice que "toda identidad [...] necesita de otro para fundamentar su diferencia" (2008, p.3) su identidad, lo que es y lo que no es. Pero este otro debe tener algún tipo de relación con el yo, en el caso de un grupo de personas o una ciudad cómo es la incumbencia de esta investigación, para entender la configuración que realiza una otredad en la percepción de nuestra propia identidad, es necesaria esta relación que afecte a la mayoría del grupo y no solo a uno que otro individuo.

La otredad a raíz de estas diferencias o similitudes se compone de dos aspectos referenciales, la oposición y la alteridad.

### **2.3 Oposición y Alteridad**

Por definición, la palabra oposición hace referencia a un conjunto de fuerzas políticas o sociales que son adversas<sup>21</sup>, se entiende al término como el antagonismo o contrariedad que se hace presente entre dos cosas, de esta manera la oposición hace referencia a estos elementos con los cuales, cierto grupo busca diferenciarse con otros grupos con los que está relacionado, sin embargo Alejos (2006) menciona que, “Se debe [...] reconocer que la función del otro en la construcción identitaria no se reduce a la oposición y el contraste, aunque pueda ser ésta una de sus funciones primarias” (p.48) es importante la complementación de la identidad en base a la alteridad, la cual representa la capacidad del ser humano de poder comprender y aceptar las diferencias en el otro y cómo estas diferencias tienden a modificarnos mientras nosotros mismos modificamos a los otros. Bolvin (2004), sin embargo, comenta que la alteridad no hace referencia a cualquier tipo de diferencia o a cualquier grupo lejano al que pertenecemos, este concepto más bien:

Se dirige hacia aquellos [grupos o individuos] que le parecen tan similares al ser propio que toda diversidad observable puede ser comparada con lo acostumbrado, y que sin embargo son tan distintos que la comparación se vuelve reto teórico y práctico. (p.16).

Como lo argumentado en párrafos anteriores, sobre la relación imprescindible con el que se interactúa en el proceso de comparación y aceptación, ya que estas diferencias se pueden contrastar directamente con nuestras propias costumbres.

Con la finalidad de ilustrar lo dicho por Bolvin y Alejos, cito esta analogía que González realiza con respecto a la alteridad, la que él denomina como el “otro espectador”: “en la interpretación de textos no existe una sola lectura, si no [sic] tantas lecturas como interpretantes” (1997, p.77) es aquí donde recae la importancia de la alteridad en la construcción de la identidad, en las lecturas que los otros (grupos o individuos) con los cuales compartimos cierta relación o cercanía dan sobre nosotros mismos y al mismo tiempo, la lectura que nosotros damos sobre ellos, lecturas que finalmente construyen y reafirman una percepción más objetiva y amplia.

Entonces, con la finalidad de conocer cómo lee esta otredad la identidad del juarense y cómo se lee el juarense mismo a través del otro y de esta manera tener una perspectiva más amplia,

---

<sup>21</sup> <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/oposicion>

la interrogante pertinente para la investigación es la siguiente: cuándo hablamos del juarense, ¿quién es esa otredad?

## 2.4 El otro, ¿quién es?

Como introducción a este apartado se toma lo dicho por Constante (2005) quien dice lo siguiente:

No hay manera de equivocarse cuando está un ser humano delante de nosotros: sabemos que él es otro, nuestro semejante, aunque no estemos familiarizados con él, como individuo. Lo mismo ocurre con sus testimonios, las huellas que va dejando a su paso por la vida, los innumerables símbolos que él construye y que nos indican su presencia. No confundimos la obra humana con las llamadas antropomórficamente, obras de la naturaleza. [...] Quizá no sabemos quién es él, pero sí sabemos que él es un otro semejante a mí y que todo lo que es él, de un modo u otro me afecta, me sabe a mí porque de hecho él habita en mí, es ese otro que es él pero que soy yo al mismo tiempo. No sé quién es él, pero sí sé que es un ser igual que yo. (p.2)

El juarense indudablemente sabe, entre el contexto y las personas que le rodean, quien no es juarense como él y que, a pesar de compartir una infinidad de similitudes las diferencias también se hacen presentes cuando se entra en contacto con él, pero también, como declara Balderas (2005):

Es importante que se reconozca a esta región como poseedora de una cultura propia, que se mire a sí misma y encontrar en esas imágenes lo que les da sentido de pertenencia a sus pobladores. Esto nos lleva al ejercicio de deconstruir las imágenes estereotipadas de la frontera. Las visiones de Ciudad Juárez, como desierto cultural, como sitio de penetración cultural o bien vista y entendida como trinchera cultural, estas posturas parten de la visión tradicional, centralista y hegemónica que varios autores ya han analizado (p.10).

Entonces, así como el juarense encuentra las diferencias que construyen su identidad a partir de la interacción y las similitudes con los otros que le rodean también detecta estas diferencias en los estereotipos que el otro muestra en él en la representación o mención que se hace del juarense.

Al comprender entonces al otro en el cual el juarense se ha ido reconociendo y ha configurado su identidad a lo largo de su historia y en la actualidad. Se toman como referencia y se abordan en los siguientes párrafos: Al habitante de El Paso Texas debido a la situación fronteriza en la que Ciudad Juárez se desarrolla. Al habitante de Ciudad Juárez que, a raíz de la migración como principal factor de llegada a la ciudad, en su propio autorreconocimiento no se considera un juarense, Al mexicano que no vive en Ciudad Juárez, en especial ese que reside en el centro de la República y tiene mayor presencia en los medios de comunicación masiva. Y por último “al otro”

que vive fuera de México y que, por noticias de impacto internacional ha tenido contacto con la imagen de Ciudad Juárez.

## 2.5 El reconocimiento del otro

### 2.5.1 Alteridad fronteriza

“Estamos tan estrechamente relacionados  
durante casi 400 años”

Dee Margo<sup>22</sup>

Como se mencionó en el capítulo referente a la identidad, Ciudad Juárez es un municipio mexicano ubicado en la franja fronteriza entre México y Estados Unidos que hace frontera con El Paso, Texas, vecina ciudad que a pesar de representar únicamente un aproximado del 32%<sup>23</sup> de la población total en la zona metropolitana tiene una importante presencia en el contexto de Ciudad Juárez y el juarense.

Vila (1993) expresa que:

Hasta 1848 Ciudad Juárez y El Paso eran una misma ciudad, llamada El Paso del Norte. Cuando el Tratado de Guadalupe Hidalgo las dividió, luego de la guerra entre México y los Estados Unidos, las relaciones sociales y económicas entre ambas ciudades no se dividieron de la misma medida [...] La estrecha relación entre ambas ciudades se intensificó durante las primeras décadas de este siglo, y los años de la prohibición en los Estados Unidos no sólo iniciaron una importante industria turística en Juárez, sino que también permitieron la formación de una nueva burguesía que creció al compás de su relación con "el otro lado". (p.3).

La relación entre ambas ciudades a lo largo de la historia es muy fuerte, incluso como destaca Vila, antes de 1848 eran una sola ciudad, incluso esta unión data de “hace unos 4500 años, cuando ya la zona estaba habitada por grupos humanos de cazadores y recolectores” (González, 2007, p.19). ya que como el mismo González (2007) refiere, “La zona de El Paso en tiempos prehispanicos distaba mucho de ser un desierto y que el Rio Bravo y sus valles y montañas cercanas

---

<sup>22</sup> Margo, D. (citado por S.N, 2019, parr.5)

<sup>23</sup>[https://www.planjuarez.org/images/docs/informes/Informe\\_asi\\_estamos\\_juarez\\_2018.pdf](https://www.planjuarez.org/images/docs/informes/Informe_asi_estamos_juarez_2018.pdf)  
<http://worldpopulationreview.com/us-cities/el-paso-population/>

daban el sustento a varios grupos indígenas que convivían en sus márgenes” (p.21) y es dividida apenas entre 1848 y 1849 cuando “Los norteamericanos arguyeron que estos pueblos [...] al margen del río deberían pertenecer a Estados Unidos” (González, 2007, p.74) teniendo entonces, en tantos años de historia apenas menos de 200 años separadas y desde entonces la interacción es inevitable, aunque las diferencias se vayan marcando.

Ante esto, Almodóvar (2018) refiere que esta zona “es el escenario donde convergen y conviven las culturas de dos países que se combinan en una extraña amalgama muy difícil de separar” (parr.3), sin embargo, la frontera entre Ciudad Juárez y El Paso Texas representa una zona de marcados contrastes, como el mencionado en el año 2009 en un artículo del periódico *The New York Times*<sup>24</sup> bajo el título de “Two Sides of a Border: One Violent, One Peaceful” en el cual McKinley destaca lo siguiente:

El Paso aún disfruta de su estatus como una de las ciudades más seguras de los Estados Unidos, mientras que Juárez, una ciudad de 1.5 millones de habitantes que siempre ha sido difícil, se ha convertido en un campo de batalla para los cárteles de la droga. Más de 1,550 personas murieron allí en guerras de drogas el año pasado. (2009, parr.3).

En el artículo citado se destacó la inseguridad en la que se sentía el juarenses al estar del lado mexicano de la frontera a causa de crímenes violentos, robo de autos, extorsión, asalto y la llamada guerra contra el narcotráfico, sentimiento que desaparecía cuando por trabajo, escuela u algún otro motivo se estaba en la ciudad del Paso Texas, “Es puro miedo, pura inseguridad. Ni siquiera se puede salir por la noche. Es curioso que aquí sea tan diferente. Es otra forma de vida ” (McKinley, 2009, parr.2) respondía al ser entrevistada Edith Escobedo, habitante de Ciudad Juárez para *The New York Times*.

Para el año 2009 en el que Ciudad Juárez era considerada la ciudad más peligrosa del mundo, la ciudad de El Paso era considerada la tercera ciudad más segura de los Estados Unidos de América<sup>25</sup> a pesar de ser ciudades divididas únicamente por el Río Bravo<sup>26</sup> y 6 puestos de control fronterizo<sup>27</sup> y estar unidas por más que razones geográficas como lo dicho por Almodóvar:

[...] Más allá de ello, ambas ciudades no sólo comparten el idioma, que es el español incluso del lado norteamericano, sino también muchas costumbres, gente, familias, empleos

---

<sup>24</sup> Periódico publicado en la ciudad de Nueva York con distribución en todo USA y otros países.

<sup>25</sup> ““Es extraño ser la tercera ciudad más segura de los Estados Unidos justo al lado de una zona de guerra” dijo el alcalde John Cook de El Paso” (McKinley, 2009, parr. 5)

<sup>26</sup> Llamado Río Grande de lado estadounidense, es un río al sur de Estados Unidos y norte de México que inicia en el estado de Colorado y desagua en el Golfo de México haciendo frontera natural entre ambos países.

<sup>27</sup> P.I. (Puente Internacional) Paso del Norte, P.I. Zaragoza-Ysleta, P.I. Guadalupe-Tornillo, P.I. Lerdo-Stanton, P.I Córdoba- Américas, P.I. San Jerónimo-Santa Teresa.

y una relación comercial bastante íntima, ya que el 86% de las exportaciones de El Paso van a Ciudad Juárez, y al mismo tiempo México cuenta con cerca de 1000 fábricas y empresas que resguardan la mayoría de los empleos de las familias de ambas ciudades. (2017, parr.6).

Es así como estas dos ciudades conviven e interactúan de manera cotidiana dependiendo una de la otra en múltiples aspectos y que finalmente forman una amalgama social. De esta manera el juarense, en aspectos demográficos, representa el 68% de esta convivencia, tiene en su vecino el estigma inseparable de vivir en la parte menos favorecida de la zona metropolitana y, por ende, estar en una situación negativa, en la zona insegura, además de ser la zona desfavorecida económicamente, la zona mexicana y por ende la zona de tercer mundo, como lo dicho por Vázquez:

En El Paso, un trabajador puede ganar hasta diez veces más que en la vecina Ciudad Juárez. Hay muy poco desempleo en esta ciudad de Texas, uno de los estados de Norteamérica que goza de mayor crecimiento económico. Por el contrario, en Ciudad Juárez muchos negocios han echado el cerrojo y se han trasladado a El Paso, sobre todo por razones de seguridad. (2011, parr.2).

Además de las implicaciones económicas que representa estar de cada lado de la frontera, Vázquez coincide con John Cook, ex alcalde de El Paso Texas en que a raíz del miedo que se padeció a partir de los episodios de violencia en México, se originó una fuerte migración de comerciantes y personas de clase media de Ciudad Juárez a la ciudad estadounidense, hecho que tuvo repercusiones en la economía Juarense en contraste con el crecimiento que represento para la ciudad de El Paso, incrementándose así la diferencia ya tan marcada que existía entre ambas ciudades.

Ante estas diferencias existe también la concepción juarense del “Pocho”, a estos Vila (1993) los define como “Los México-americanos [...] traidores a su propia raza, [...] que rechazan su herencia cultural para formar parte de la sociedad americana“(p.2), en su trabajo destaca que surge de “el proceso de construcción de los otros (parte fundamental en la identificación de uno mismo)” (p.2), expone dos casos importantes, la primera “la operación bloqueo”, que hace referencia a la estrategia para detener inmigrantes indocumentados por parte de la patrulla fronteriza de El Paso, al mando de Silvestre Reyes en septiembre de 1993<sup>28</sup>, lo relevante de esta operación, como hace referencia Vila, es que tuvo una aprobación casi unánime de los paseños “diversas encuestas indicaron que entre un 80% y un 90% de los

---

<sup>28</sup> “En septiembre de 1993, en vísperas de la aprobación del Tratado de Libre Comercio con los EE. UU. la patrulla fronteriza de la ciudad de El Paso (al mando de un nativo de la zona, Silvestre Reyes), implementó una nueva estrategia para detener el flujo de inmigrantes indocumentados. La nueva táctica, denominada “Operación Bloqueo” (Vila, 1993, p.1)

habitantes de la ciudad apoyaron tal medida” (Vila, 1993, p.1), lo que destaca Vila es que para 1993, año en que ocurrió esto, el 70% de la población paseña era de ascendencia mexicana y la mayoría de este porcentaje no llevaba más de 20 años viviendo en Estados Unidos.

El segundo caso gira entorno a la Proposición 187, impulsada por el gobernador de California Pete Wilson en 1994 y que limitaba el acceso de los migrantes a servicios sociales, de educación y de salud y “obligaba a los funcionarios a que denunciaran a aquellos migrantes que hacían uso del seguro de desempleo, apoyo a madres embarazadas, a niños lactantes, a los que mandaban a sus hijos a la escuela o eran atendidos en hospitales.” (Durand, 2017, Parr.3). En relación con la zona de Ciudad Juárez y El Paso, Vila (1993) comenta que “una encuesta realizada por El Paso Times el 2 de abril de 1995 reveló que un 62% de la población paseña apoyaría un tipo de medida anti - migratoria similar” (p.1) a la creada en California.

Explica el autor antes citado, que esto se debe a que el mexicano, una vez que está radicando del otro lado de la frontera, busca separar su identidad mexicana para configurar una nueva como “mexicano radicando en Estados Unidos”<sup>29</sup>, fortaleciendo esta identidad no solo en comparación de los estadounidenses, sino que también teniendo como otredad a los mexicanos que aún están en su país de origen, entonces ve a sus compatriotas en desventaja social “todo aquello que tenga que ver con el idioma español y con México como país o como etnia, es sinónimo de pobreza en El Paso” (Vila, 1993, p.14).

Es entonces la percepción que tiene el juarense al verse reflejado en los habitantes de la vecina ciudad de El Paso, Texas la siguiente: el juarense vive en la zona desfavorecida de la amalgama social que representa la metrópoli de Ciudad Juárez y El Paso, en donde hay que tener mayor cuidado y en donde hace falta esforzarse más para salir adelante. Además, el juarense a diferencia del paseño, y a pesar de su condición socioeconómica no gana los altos sueldos pagados en Dólares en Estados Unidos, puede tener dinero, pero siempre podrá tener más “del otro lado”.

Sin embargo, el juarense es también el habitante de una de las pocas ciudades mexicanas que hacen frontera con Estados Unidos, con la potencia mundial, sobre esto Vila (1993) comenta que “los juarenses utilizan su proximidad con los EE. UU. para darle cierto "lustre" a su identidad social, puntualizando cuán ventajoso es vivir al lado del país más poderoso del mundo” (p.2) y a su vez su situación fronteriza refuerza en el juarense su arraigo hacia México,

---

<sup>29</sup> Vila los denomina “Mexicoamericanos”

en relación con “los pochos” el juarense es el mexicano que no traiciona sus raíces, que vive y forma parte de la cultura mexicana por sobre la del vecino del norte.

Estos son algunos de los rasgos que el juarense rescata a partir de su interacción con el otro que vive en El Paso Texas, su ciudad gemela, ¿Cuáles son los que surgen a partir de la interacción con el otro que también está en Ciudad Juárez?

### **2.5.2 Alteridad en la migración**

El fenómeno migratorio en Ciudad Juárez no es nuevo. Pese a que en los últimos 20 años los flujos migratorios se han intensificado, existe evidencia de que éstos han estado presentes desde su formación aún y cuando las actividades económicas predominantes no eran propiamente las industriales. En ese sentido, el factor geográfico ha sido, es y seguirá siendo un elemento clave en la comprensión de la dinámica migratoria de Ciudad Juárez. (Martínez, 2009, p.79).

Ciudad Juárez es, como se mencionó en el capítulo uno, una región que a pesar de que fue fundada en el año 1659 (en ese entonces llamada Misión de Nuestra Señora de Guadalupe de los Indios Mansos del Paso del Rio del Norte), fue a finales del siglo XIX e inicios del siglo XX cuando comenzó a tener un significativo crecimiento demográfico, Nava y Breceda (2013) hacen referencia a los distintos momentos clave en este incremento poblacional, la primera etapa a destacar es “el establecimiento de las líneas ferroviarias entre ambos países [México y Estados Unidos]”(p.255) lo cual originó una oleada de migrantes en las dos últimas décadas del siglo XIX que propició el crecimiento no solo de Ciudad Juárez, también de El Paso Texas, además de otras regiones fronterizas del norte de México y sur de Estados Unidos, crecimiento que se incrementó de manera considerable cuando en “1907, este país [Estados Unidos, el cual entró en crisis] determinó cerrar su frontera y provocó con ello la primera oleada de connacionales a México” (Nava y Breceda, 2013, p.255). esto ocasionó, además que los mexicanos que viajaban al norte en busca de cruzar la frontera no lograran su cometido, quedándose entonces a radicar en Ciudad Juárez.

La segunda etapa, la cual resulta ser muy significativa es la que se dio en la segunda década del siglo XX, cuando la economía estadounidense se recuperó provocando una migración en masa de migrantes mexicanos.

Los registros de migración de los Estados Unidos muestran que cerca de 23 mil personas emigraron por Ciudad Juárez tan solo en 1911. [...] se piensa que la mitad de los mexicanos residentes en Estados Unidos habrían llegado en ese periodo. Es de resaltar que la estadística documentada muestra que entre el año de 1910 y el año de 1919 habrían ingresado 173 mil 663 mexicanos. (Nava y Breceda, 2013, p.257).

Además, como expresa Mungia (2015) “se añadieron a esta corriente migratoria muchas personas que huyeron por temor ante las nuevas condiciones que vivía el país con la Revolución Mexicana” (p.23). Sin embargo, a pesar del crecimiento que esto representaba para Estados Unidos, los controles fronterizos se volvieron más rigurosos “Sólo y únicamente los trabajadores mexicanos, entre decenas de otros grupos de inmigrantes, fueron deportados de manera masiva y en repetidas ocasiones” (Durand, 2007, p.28) y esto sumado a la decisión de Estados Unidos de participar en la Primera Guerra Mundial el 6 de abril de 1917<sup>30</sup>, impulso a muchos mexicanos a regresar a territorio nacional<sup>31</sup>, no obstante, desde ese entonces y hasta el año 1921 debido a la escasez de mano de obra en Estados Unidos, la demanda laboral y la suspensión de las fuertes disposiciones migratorias se creó un “ambiente muy propicio para el ingreso a Estados Unidos,” (Nava y Breceda, 2013, p.258) convirtiéndose esta frontera de Ciudad Juárez y El Paso en una región con flujo constante de miles de mexicanos entre los cuales muchos terminaban por quedarse ya sea por dificultades al entrar a Estados Unidos o por el elevado gasto económico que representaba el regresar a sus ciudades de origen, así lo comentan Nava y Breceda (2013):

Cientos de repatriados llegaban diariamente a Ciudad Juárez, una ciudad que se veía duramente impactada por un fenómeno de escala internacional y mundial, [...] una vez en Ciudad Juárez los recursos eran insuficientes y muchos de ellos se veían obligados a quedarse por no haber transporte suficiente hacia el interior del país. (p.259).

El siguiente fenómeno migratorio fue ocasionado por el denominado Programa Bracero que duro desde el año 1942 al año 1964 y se trató de un acuerdo bilateral “promovido [...] por Estados Unidos y sostenido por el interés mutuo [de México y Estados Unidos]” (Durand, 2007, p.33) en el cual los mexicanos podían trabajar de manera temporal en Estados Unidos mientras este país se beneficiaba por la disposición de mano de obra<sup>32</sup>. Es, sin embargo, igual que en las anteriores ocasiones, en 1954 que ambos países no lograron mantener vigente el acuerdo lo cual ocasionó que

---

<sup>30</sup> Esto originó en los mexicanos que radicaban en EUA miedo de ser reclutados por el ejército “En 1918 ya habían sido enrolados y enviados al frente de guerra cerca de 60,000 mexicanos, tanto de origen como de nacimiento, el grupo más numeroso de extranjeros radicado en Estados Unidos que participó en la guerra” (Alanís citado por Durand, 2007, p.30).

<sup>31</sup> “...cerca de 70,000 mexicanos regresaron entre 1917 y 1918. Algunos huían por miedo a la leva, otros regresaban a sus lugares de origen una vez concluido el enfrentamiento armado en México.” (Alanís citado por Durand, 2007, p.30).

<sup>32</sup> “El programa Bracero aportó brazos fuertes y baratos a la agricultura norteamericana, mientras que para México se convirtió en la válvula de escape para todos esos brazos que al estar desocupados o faltos de ingresos podrían haber empuñado las armas y organiza otro “relajito” como el de 1910” (León, 2007, p.95)

el programa bracero se cancelara, provocando inicialmente “la operación wetback, en la que se deportaron cerca de un millón de indocumentados” (Durand, 2007, p.34), pero una década después, (tiempo que los encargados de la política migratoria en México lograron obtener como prórroga al convenio binacional) “el final de ese programa [...] trajo como consecuencia del retorno obligado o voluntario de cerca 4.7 millones de mexicanos”<sup>33</sup> (Nava y Breceda, 2013, p.260). Cabe destacar que en este periodo en que el programa bracero estuvo funcionando de manera unilateral los agricultores estadounidenses continuaron importando mano de obra mexicana de manera ilegal para lo que Nava y Breceda (2013) exponen que entre 1942 y 1957 “el total de trabajadores contratados y de “espaldas mojadas”<sup>34</sup> aprehendidos, arroja una cifra aproximada de 7 millones de connacionales.” (p.260) con lo cual el flujo constante de personas no cesaba.

Sobre esto, Barraza (2009) refiere que:

Su población [la de Ciudad Juárez] también se transformó en la medida que la precariedad del campo mexicano aumentaba; la migración dejó su cuota mediante la movilidad de miles de trabajadores agrícolas hacia el norte bajo el Programa Bracero, una vez que este fue cerrado, las oportunidades laborales en los campos estadounidenses cayeron. El éxodo hacia Juárez generó una concentración de trabajadores agrícolas, el Valle de Juárez y la producción agrícola tuvo su época de su auge entre los años cuarenta y sesenta. (p.11).

Después de estos constantes flujos migratorios el gobierno mexicano decidió crear programas en apoyo a quienes regresaban de Estados Unidos a llegar a sus ciudades de origen, sin embargo, muchas de estas personas ya habían creado fuertes lazos familiares del lado norte de la frontera quedándose en ciudades fronterizas en lugar de viajar al interior de la República, esto con el objetivo de regresar a Estados Unidos de manera ilegal fortaleciendo en ciudades fronterizas lo que Garrocho (2011) define como “población flotante” (p.28)<sup>35</sup> mientras que otros más encontraron en Ciudad Juárez un lugar para residir.

Loera comenta que “el crecimiento de la mancha urbana, y las grandes demandas de infraestructura y vivienda crearon una fuerte crisis en la ciudad, más de 40 mil personas se encontraban sin empleo.” (Citado por Barraza, 2009, p.11) y la solución local ante esto, fue la

---

<sup>33</sup> Nava y Breceda comentan que estas son cifras aproximadas debido a las inconsistencias y limitaciones en los datos del Servicio de Naturalización y Migración de Estados Unidos.

<sup>34</sup> La expresión **espalda mojada** o **mojado** (en [inglés: wetback](#)) se refiere a un [inmigrante](#) ilegal en los [Estados Unidos](#). Comúnmente se refiere a mexicanos ilegales, pero de igual manera se aplica a todos los [latinoamericanos](#) que han cruzado la frontera de forma ilegal.

<sup>35</sup> “La población flotante es la población que utiliza un territorio, pero cuyo lugar de residencia habitual es otro. La población flotante, sumada a la población residente efectiva, permitirá determinar la “carga de población” que realmente soporta cada territorio” (Garrocho, 2011, p.28).

política de atracción de la industria manufacturera a partir de 1965, en la que como lo dice Barraza (2009), esto representó una nueva etapa en la que:

hombres y mujeres jóvenes llegaron a la ciudad por miles; la mayoría de ellos con baja escolaridad y de origen rural, para incorporarse a los empleos obreros que la IME<sup>36</sup> generó de manera exponencial desde la década de los setenta hasta finalizar los años noventa (p.12).

En las décadas siguientes y la actualidad hay dos ejes centrales que influyen en esta dinámica migratoria, una vez más influenciadas por la situación fronteriza que caracteriza a Ciudad Juárez, el primero es la apertura de las fronteras para el comercio representada en los años 80's con el Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT) y en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en 1994 con lo cual se fortaleció “el crecimiento de las ciudades fronterizas, entre ellas Ciudad Juárez” (Nava y Breceda, 2013, p.262), por contraparte los atentados del 11 de septiembre en 2001 y el incremento en la exportación de drogas de México a Estados Unidos “reforzaron definitivamente la tendencia del gobierno norteamericano a sellar su frontera, asociando riesgos a la seguridad nacional con inmigración” (Ruiz Vargas, citado por Nava y Breceda, 2013, p.262).

Es en base a estos dos factores importantes que la migración de connacionales a la región norte del país y el fortalecimiento de las fronteras, así como la deportación<sup>37</sup> por parte de Estados Unidos ha motivado que se ha mantenido e incluso incrementado en las últimas décadas el flujo de personas por Ciudad Juárez.

Entonces Ciudad Juárez, al estar ubicada junto con El Paso Texas, es una ciudad que ha crecido demográficamente de una manera considerable a partir de las dos últimas décadas del siglo XIX hasta la actualidad, esto debido al constante flujo migratorio entre ambas naciones producido por las oportunidades laborales que Estados Unidos ha ofrecido voluntaria e involuntariamente, y a su vez por las oportunidades que ha negado a los mismos migrantes.

En Ciudad Juárez, como en otras ciudades fronterizas del norte de México, ha llegado mucha gente a residir desde el sur de la República, de entre las cuales muchas personas han formado una familia con hijos e incluso nietos convirtiéndose entonces en parte de la dinámica cotidiana de Ciudad Juárez y arraigando a esta región como parte de su vida, sin embargo gran parte

---

<sup>36</sup> Industria Maquiladora de Exportación (IME)

<sup>37</sup> En datos del Instituto Nacional de Migración en la primera década del siglo XXI el promedio de deportaciones era de 84,282.8 personas anualmente en la que, el promedio de deportados que entró por Ciudad Juárez fue de 65,000 personas anualmente. (INM, citado por Nava y Breceda, p.265) [https://www.gob.mx/inm?page/Repatriacin\\_de\\_mexicanos\\_de\\_EUA\\_01](https://www.gob.mx/inm?page/Repatriacin_de_mexicanos_de_EUA_01)

de estos migrantes que han llegado a la región desde poco antes del último siglo aun consideran a esta frontera como zona de paso mientras se da la oportunidad de regresar o de llegar por primera vez a la Unión Americana, e incluso en algunos otros (o en su defecto, ellos mismos) al estar tan lejos fortalecen el sentido de pertenencia de sus lugares de origen si darse la oportunidad de sentir arraigo por la ciudad en la que ahora viven ”¿la imaginación es más habitable que la ciudad que respiramos y tocamos todos los días?. Sobre todo, en estos tiempos cuando es cada vez más difícil vivirlas como ciudades” (posadas, citado por Balderas, 2005, p.4).

Es por ello por lo que, en este subcapítulo de la alteridad en la migración, se considera como “otro” a la persona que reside en Ciudad Juárez, pero no logra considerarse a sí mismo como un juarense.

Es importante destacar lo dicho por los autores en los que se ha basado este subcapítulo sobre la alteridad en la migración, ellos mencionan, sin la intención de criminalizar al migrante que:

Durante el último lustro, en el contexto de la ola de violencia que la ciudad vive, se ha dicho que los migrantes colaboran de manera activa con la delincuencia, ya que son entes que no tienen un sentido de pertenencia hacia la ciudad que los recibe y que están siendo reclutados por el crimen organizado (2013, p.265).

En el artículo, Balderas se cuestiona si en realidad los migrantes deportados son delincuentes y con cifras demuestra que solo una minoría presentaba cargos penales, la mayoría de estos por delitos menores como conducir sin licencia o en estado de ebriedad y que según datos de la Fiscalía General del Estado de Chihuahua solo uno de cada 6 delincuentes es repatriado, sin embargo, para la relevancia de este documento más que saber si tienen o no implicaciones con el crimen organizado, o sus antecedentes penales, lo que nos importa es la percepción que este habitante de Ciudad Juárez que por sí mismo no se considera un juarense (ya sea por tener mayores expectativas en su vida o por la desigualdad social<sup>38</sup> a la que se enfrentan en su llegada a Ciudad Juárez), tiene sobre quienes sí lo hacen ya sea por nacimiento o por arraigo adquirido de manera posterior.

El primer punto importante al abordar esta percepción es el estigma que se genera por la imagen que el juarense tiene del migrante ya que, como se mencionó al inicio del párrafo anterior se tiene la creencia de que el que recién llega a la ciudad es de quien hay que tener cuidado, el

---

<sup>38</sup> “La situación del nulo sentido de pertenencia, el desconocimiento urbano y la falta de reconocimiento [...] por parte del ciudadano, evoca desigualdad social, ya que traen consigo la etiqueta social vulnerable” (Nava y Breceda, 2013, p.271).

delincuente<sup>39</sup>, imagen que sin importar si representa o no la verdad, crea en este nuevo habitante la insatisfacción social que entonces sí podría conllevar a temas delictivos “uno como migrante viene, como se puede decir, a conseguir trabajo no a robar o a hacer desastre en la ciudad” (migrante veracruzana, citada por Martínez, 2009, p.79).

Además, Vila destaca en su investigación que, así como el estadounidense considera que todos los problemas provienen de México, una de las narrativas de la identidad juareense es que “la sobre población, la suciedad, el crimen, la delincuencia, la flojera y otros males no son características de los juareenses, sino de los inmigrantes sureños” (p.13).

Sobre los lugares de origen de estos migrantes sureños que llegan a Ciudad Juárez, Martínez comenta que:

Históricamente los estados de Durango y Coahuila son las entidades que más migrantes aportan al volumen poblacional de Ciudad Juárez. No obstante, en los últimos 15 años es el estado de Veracruz el que más personas envía a esta ciudad fronteriza (cerca del 30% de los inmigrantes provienen de esta entidad federativa) (2009 p.79).

Es así como, a pesar de que son muchos los lugares de procedencia de los migrantes que llegan a Ciudad Juárez son estos tres estados de la República mexicana los que más destacan: Coahuila, Durango y Veracruz.

El “jarocho<sup>4041</sup>”:

A pesar de que en la época de violencia el gobernador de Veracruz incentivo el regreso de miles de originarios de esa entidad federativa como lo dice Turati (2011) “En siete vuelos y 338 traslados terrestres, el año pasado [2010] mil 600 veracruzanos fueron "rescatados" de Ciudad Juárez, Chihuahua, Reynosa, Tamaulipas y Mexicali y Tijuana, Baja California.” (parr.7) “El juarocho” Como se le ha denominado de manera coloquial al habitante de Ciudad Juárez originario del estado de Veracruz (“al principio [...] el término tuvo una acepción peyorativa, pero ya se acepta como signo identitario, ya no ofende a nadie” (León, 2005, p.99)), en su mayoría decidió quedarse aquí, e incluso muchos de los partícipes de aquel éxodo se vieron en la necesidad de

---

<sup>39</sup> “La narrativa que plantea que "todos los problemas sociales y la pobreza están relacionados con los inmigrantes del sur", es más que prominente en Ciudad Juárez y no reconoce barreras de clase, género, edad o religión” (Vila, 1993, p.10).

<sup>40</sup> “Los “juarochos” son una población de veracruzanos que desde los años 80’s y 90’s, emigraron a la zona industrial de Ciudad Juárez” (Garrido, 2017, p.110)

<sup>41</sup> “Contracción entre jarocho y juareense. Refiérase al nativo del estado de Veracruz que ha decidido radicar de manera temporal o definitiva en juaritos” (León, 2007, p.89)

regresar a Ciudad Juárez ante las faltas de oportunidades con las que se enfrentaron en sus ciudades natales<sup>42</sup>.

“... aquí tenemos [en Ciudad Juárez] lo que nos prometieron y no nos dieron allá en Veracruz maestro... aquí tenemos casa y trabajo... allá [estado de Veracruz] no tenemos nada... nos prometieron mucho si nos regresábamos y ni siquiera nos volvieron a llamar por teléfono, nada maestro. Por eso nos regresamos [a Ciudad Juárez]... mi esposo se regresó pa'ca hace un año y volvió a entrar en la maquila... fue mejor regresarnos pa'cá... o usted dígame: ¿a qué nos quedamos allá? [estado de Veracruz]. (Doña Ofelia, citada por Garrido, 2017, p.116).

Un porcentaje de la población migrante proveniente de Veracruz que ve en Ciudad Juárez su casa, la ciudad que le ha dado y le sigue dando oportunidades y el juarense ve en ellos a compatriotas con una disposición al trabajo digna de admirarse “las empresas industriales y comercios han tenido resultados excelentes al contratarlos y destacarse como trabajadores muy responsables y comprometidos” (León, 2007, p.101). Pero también como personas con las que no hay que meterse “Aquí un jarocho no se deja, nos tienen de que somos canijos. Por las buenas somos buenos, pero por las malas somos canijos, no dejamos que nos humillen, ellos serán de Juárez, pero nosotros somos veracruzanos” (Soberanes, 2014, parr.21) responde Tomas, un veracruzano que radica en Ciudad Juárez.

Es entonces que el juarense, al verse reflejado en los migrantes que como ya vimos, en la actualidad son originarios de manera principal del estado de Veracruz, pero que en su totalidad provienen de distintas regiones del país e incluso de Centroamérica, tiene la siguiente percepción: el juarense es hospitalario, recibe y brinda oportunidades a quien llega a habitar esta región, incluso desde el año 2017 se celebra el 17 de febrero como *el día de la hospitalidad y la fraternidad juarense*, la regidora Armendáriz, en representación del cabildo de Ciudad Juárez dice que esto es con el objetivo de “reconocer a los juarenses por su hospitalidad y fraternidad que los caracteriza a cada uno de ellos” (S.N. 2018, parr.18).

El juarense no se percibe flojo como las personas que vienen de fuera y considera que incurren en actos delictivos, sin embargo, no se considera tan trabajador como el migrante que viene a trabajar de manera honesta y comprometida con el objetivo de salir adelante en la ciudad fronteriza.

---

<sup>42</sup> “En lo sucesivo, así se les conocería [juarochos] aún en su terruño, en el remoto caso de que optaran por el retorno vía el programa gubernamental “Veracruz sin fronteras”, de corta existencia” (Vázquez, 2015, parr.3)

El juarense sabe respetar la diversidad que puede provocar la multiculturalidad en la que está compuesta su ciudad, León (2007) argumenta que “la tolerancia y el respeto ante la diversidad de orígenes y creencias de sus pobladores” (p.101) son una característica fundamental. Inclusive el juarense nacido o no en Ciudad Juárez, por la historia demográfica de la localidad, por lo regular tiene en su ascendencia rasgos culturales de otras partes de la República.

Estos son algunos de los rasgos que el juarense rescata a partir de su interacción con “el otro” o “los otros” que conviven en su ciudad, ¿Cuáles son los que surgen a partir de la interacción con el otro que esta fuera de esta dinámica?

### **2.5.3 Alteridad nacional e internacional**

En diversas ocasiones a lo largo de este documento se ha comentado la considerable lejanía que tiene Ciudad Juárez en relación con otras ciudades mexicanas, incluso González (2007) menciona que esta región fronteriza “se convirtió en algo así como un rincón de dos países” (p.79), es así como el contacto que tiene el juarense con otros mexicanos, más allá de la derivada por la migración (la cual se atendió en páginas anteriores) se da de manera principal por los medios de comunicación masiva, en especial por la televisión, la cual representa “La principal actividad de ocio de los juarenses en su tiempo libre, de acuerdo con la encuesta de Percepción de Calidad de Vida, 2013, de la asociación civil Plan Estratégico de Juárez.<sup>43</sup>” (Lucio, 2014, parr.1).

Dentro de esta actividad de ocio, el Instituto Federal de Telecomunicaciones<sup>44</sup> encontró que para el año 2016, el 62% de los hogares juarenses dependían únicamente de televisión abierta<sup>45</sup>, esta cifra se dio en los hogares en los cuales se contaba con televisión, los cuales representaron el 82% por ciento de la muestra encuestada, mientras que el resto de los hogares contaba con algún servicio de señal adicional, de esta manera, esta encuesta reveló que más de la mitad de los hogares juarenses que ven la televisión como medio de entretenimiento ven lo que se ofrece de manera libre.

La señal de televisión abierta de la que dispone el juarense está compuesta por 14 canales locales y nacionales entre los cuales destacan TV Azteca (Azteca Uno 1.1, Azteca 7 20.1) y Televisa (Las Estrellas 2.1 y Canal 5 5.1) como los canales nacionales de mayor penetración nacional, sobre esto Garibay destaca qué para el año 2018 “Televisa y TV Azteca, [...] llegan a 93.2

---

<sup>43</sup> “En esa encuesta se plasmó que el 86 por ciento del total de encuestados, vio televisión, actividad que realizo en tiempo libre en el último año. “(Lucio, 2014, parr.1)

<sup>44</sup> <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/comunicacion-y-medios/encuestastdt20162306.pdf>

<sup>45</sup> “Es aquella en la que la señal puede ser recibida libremente por cualquier persona ubicada en un área de servicio cubierta por una determinada estación o antena”. <https://antv.gov.co/index.php/tramites-y-servicios/2016-05-19-16-37-13/glosario/4>

por ciento de los hogares mexicanos, de acuerdo con cifras del Inegi.” (2018, parr.2) Liderando estas dos cadenas televisoras la señal de televisión abierta en toda la República mexicana compitiendo ente ambas con contenido diverso como el siguiente:

Canal 5 y Las Estrellas ambos propiedad de Televisa, el primero está orientado de manera principal al público infantil y juvenil durante el día y al público adulto durante la noche, su programación se basa en dibujos animados, películas, programas de telerrealidad y series de televisión de manera principal con contenido de exportación internacional de cadenas como Nickelodeon y Cartoon Network, Warner Bros, Fox, entre otras. Además del contenido que la misma empresa produce para este canal y el de Las Estrellas en el cual destaco los siguientes ejemplos, los cuales según datos de El Financiero<sup>46</sup>, son los programas más vistos de Televisa y cuyas tramas se desarrollan en lo que se refleja como la cotidianidad mexicana:

Como dice el dicho:

Por medio de dichos y frases populares fuertemente arraigados a nuestra cultura, esta serie se desarrolla en la cafetería “El Dicho”, en la que Don Tomás, su nieta Isabel y Poncho atienden cordialmente a la clientela que acude a su negocio familiar. Día a día, Don Tomás platica con gente cuyas historias son el hilo conductor de cada capítulo. Con cada nueva experiencia, este hombre enriquece su lista de dichos populares y relata de manera diferente y divertida la vida de cada uno de sus comensales.<sup>47</sup>

Esta serie de fuerte penetración en la televisión nacional se vale de un icono de la cultura popular mexicana, en este caso “los dichos” como elemento central en el desarrollo de la trama la cual se basa de manera constante en problemas cotidianos del país ambientados en la Ciudad de México, en específico en los alrededores de una cafetería ubicada en la colonia Anzures, la situación que refleja es muy parecida a la de:

La Rosa de Guadalupe:

El mensaje de esta miniserie es claro: transmitir a la audiencia fuertes dosis de esperanza, por medio de tramas conmovedoras. El hilo conductor de cada episodio de corte independiente y protagonizado por distintos elencos es la profunda conexión con la Virgen de Guadalupe, así como la oración a manera de un poderoso remedio capaz de enmendar toda clase de conflictos. Todos los casos presentados en el programa tienen la premisa de ofrecer una solución sensata y veraz a sus

---

<sup>46</sup> “Televisa tiene el registro de la mayor audiencia con “La Rosa de Guadalupe” y “Como dice el dicho”, con 3.3 y 2.7 millones de personas, respectivamente.” (Castañares, 2018, parr.6).

<sup>47</sup> <http://televisa-networks.com/portfolio-posts/como-dice-el-dicho/>

personajes, quienes encontrarán en la fe una razón para superar sus penas. Una rosa blanca como símbolo de los milagros concedidos por la Patrona de México, aparece en todos los episodios.<sup>48</sup>

Miniserie que, como expone Bustos (2018), “se ha instalado como referente de la cultura *pop* nacional” (parr.2) al ser fácilmente identificada por la mayoría de los mexicanos ya sea por consumo o por ser objeto de crítica por su narrativa, y que si bien, en este caso se basa en el icono mexicano que representa la virgen de Guadalupe, de la cual según datos de El Financiero el 70% de los mexicanos es devoto<sup>49</sup>, De manera muy parecida a la anterior, esta miniserie refleja lo que pareciera ser la cotidianidad de los habitantes de la Ciudad de México, en escenarios de la misma ciudad bajo problemáticas que acontecen en distintas regiones del país.

Uno de los primeros aspectos a comentar sobre estos dos productos televisivos que son los que más se consumen en México es el tema de las clases sociales, ante esto Bustos (2018) dice que a pesar de que para dicha trama “Las figuras del pobre y del rico son fundamentales [...] ni la pobreza ni la riqueza se representan de forma genuina” (parr.7) de esta manera reduce el enorme contraste socioeconómico existente en el país a una clase media flexible. “En *La Rosa de Guadalupe* la clase baja puede vivir en casas de interés social [...] y alguien de clase media tiene tarjetas de crédito con disponibilidad de 500,000 pesos” (Bustos, 2018, parr.7) situación que acentúa en el juarense la percepción de la diversidad económica que le rodea en su contexto inmediato, muy diferente a esa otra realidad que le muestra la televisión que “retrata la realidad mexicana”.

Además, aquí los estereotipos de clase se marcan de manera considerable “Los pobres son los fachos, los propensos al alcoholismo; [...] los que se meten al narco, los que delinquen, los que tienen hijos con algún síndrome y los que tienen familias más unidas. Los ricos son los blancos” (Bustos, 2018, parr.7). La representación de la riqueza se da de manera frecuente en personas de tez blanca y en contraparte, la pobreza en personas de tez morena, los cuales dentro de la narrativa de la trama siempre es en los que recae el conflicto. En el párrafo anterior se mencionó que el contraste económico se disfrazaba, sin embargo, en este caso se muestra un marcado contraste racial con el cual, como juarenses podemos compararnos y notar como en nuestra condición racial se asemeja o diferencia a la de esta otredad, como si es que nuestra apariencia es morena, a pesar de eso somos buenas personas o en realidad coincidimos dentro de ese estereotipo y lo reafirmamos.

Sin embargo, la mayor repercusión que tiene este tipo de programas en la audiencia, es la de la sátira que representa hacia la ignorancia y el conformismo que podría darse en el programa con la

---

<sup>48</sup> <http://televisa-networks.com/portfolio-posts/la-rosa-de-guadalupe/>

<sup>49</sup> <https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/simpatizantes-del-pri-mas-guadalupanos-que-los-morenistas>

representación del mexicano, esta serie de manera común presenta problemas que a pesar de que se basen en situaciones reales se representan de una manera absurda y exagerada “pareciera incluso que la sobreactuación es un elemento propio de la serie, al igual que la elección de conceptos que, aunque pueden parecer actuales para muchos de sus espectadores, son bastante rancios en el mundo real” (Bustos, 2018, parr.5). Y cabe destacar que el problema de la historia siempre se resuelve con base a un milagro, sin mayor reflexión o complejidad. Todo esto podría generar que, hacia el resto del país, sobre todo áreas tan lejanas como Ciudad Juárez, este tipo de programas muestren de mala manera a un “otro” ingenuo, desinformado y conformista sin importar si en la realidad es o no así.

Se entiende entonces que el juarense en relación con lo que se nos muestra nacionalmente, no se percibe como un ser ingenuo, Ciudad Juárez al parecer tiene una diversidad socioeconómica amplia y contrastante entre sus habitantes a diferencia de lo que se muestra en televisión sobre la otredad mexicana y finalmente, el juarense puede o no aprobar los estereotipos raciales como parte de sí mismos.

Lo antes expuesto, es la mayor influencia nacional consumida en la señal televisiva por el juarense en la última década, el cual, como se mencionó de manera anterior, utiliza la televisión abierta como principal fuente de esparcimiento. Se da aquí importancia a lo que el juarense ve en el otro en la comparación como proceso de construcción de su propia identidad, sin embargo ¿Cómo ve esta otredad nacional al juarense?

#### **2.5.4 Ciudad Juárez como noticia nacional e internacional**

A cada rincón del mundo se le conoce por ciertas características muy particulares que lo definen. Habrá lugares con fama envidiable y otros en los que uno trata de no pararse o no preocupa conocerlos debido a todo lo negativo que se divulga del sitio. Juaritos y los juarenses tienen sus famas, para fortuna y por desventura, depende... (León, 2007, p.79).

Como introducción a este apartado, me permitiré mostrar una recopilación realizada por Balderas (2005) sobre la imagen que se tiene de la frontera norte de México y en especial de Ciudad Juárez desde, como él lo dice, “la distinción elitista de alta cultura/ cultura popular [...] y el contraste del centro de la República” (p.12):

José Vasconcelos: “En el norte termina la cultura y empieza la carne asada”

Octavio Paz: “El Pachuco y otros extremos” (fragmento de El Laberinto de la Soledad, donde habla de los pachucos como sujetos sin alma, debido a su distanciamiento de las raíces culturales “la mexicanidad”)

Miguel León Portilla (1976): “Estas vastas extensiones eran país de frontera. Crear allí cualquier forma de establecimiento era siempre difícil”

Héctor González (1946) “Este establecimiento (el seminario conciliar de Monterrey) fue algo muy elevado para el medio de incultura general que entonces prevalecía [...] algo como un monasterio europeo perdido entre las tinieblas de la edad media” (p.13).

Balderas hace referencia a cómo se ve a la región norte del país desde una privilegiada y muy lejana posición en el centro del país por reconocidas personalidades de la cultura mexicana, sin embargo, más que como crítica a estas posturas, esto es importante para recalcar la extensión que separa ambas realidades nacionales, la del centro de la República y la de la frontera norte del país.

Es entonces que, cuando se habla de Ciudad Juárez es difícil hacerlo desde la completa objetividad, León García (2007) dice que:

En México e incluso en el último rincón del mundo. Se ha derrochado exageración en muchos sentidos, otros se han quedado cortos, algunos salpican de amarillismo sus observaciones. Hay quejas y alabanzas. Se dan errores y aciertos, total, nadie es perfecto, pero la jiribilla y la mala leche aparecen de vez en vez cuando se trata de hablar de una ciudad semejante a muchas otras en el mundo pero que, al mismo tiempo tiene sus cualidades y rasgos que la hacen distinta a las demás (p.9).

Ya que, como recalca León García en las últimas líneas del párrafo anterior, Ciudad Juárez es una ciudad que a pesar de las similitudes que la vuelven parte de México y del mundo mismo, cuenta con sus propias peculiaridades que le han valido ser noticia nacional e incluso noticia mundial a través de su historia y especialmente en la actualidad.

Dentro de esta historia local anteriormente mencionada, Mendoza describe que en esta región:

Vivieron Antonio de Otermin y otros gobernantes de Nuevo México; estuvo Benito Juárez; platicaron Porfirio Díaz y William Taft; Madero, con Orozco, Villa y Garibaldi, tomó la ciudad; y Victoriano Huerta echó baladronadas. Por sus calles pasaron Marilyn Monroe, Clark Gable, Al Capone, Fidel Castro y el Che Guevara. El Santo, sin máscara, tomó una cerveza fría en algún bar, Pedro Infante salió con chamarra y cachucha para no ser notado y Mijaíl Gorbachov dio una charla. (Mendoza, 2017, parr.13).

Como apunta Mendoza, Ciudad Juárez ha pasado por diferentes etapas en las cuales ha presentado importancia histórica, esto por la dinámica fronteriza en la que se desarrolla la frontera Juárez – El Paso la cual ha convertido a esta frontera en una zona importante en carácter político “Muchos de los grandes episodios nacionales e incluso internacionales han tenido como territorio a esta región.” (Balderas, 2005, p.7) y de diversión a lo largo de los años.

De hecho, Balderas (2005) expone que “hablar de Ciudad Juárez, en la actualidad, es luchar con el estigma de su leyenda negra de ciudad de vicio” (p.4) estigma que se debe a la época en la que la Ciudad era reconocida a nivel mundial porque en Juárez se vivía, como comenta Olivas (2014) “una época dorada cuyo auge inició en los años 20” y que por varias décadas “la cara que se presentaba a los visitantes era muy similar a la de Las Vegas [...], muy diferente a la imagen de una ciudad devastada por la guerra que presenta actualmente.” (Parr.5).

Esta imagen debida al conflicto contra el narcotráfico expuesto en anteriores ocasiones en este documento y que le ha dado reconocimiento mundial como afirma Balderas (2005) “Hablar de Ciudad Juárez no es sencillo, menos en estos momentos, en que a nivel mundial es conocida ya sea por el “cartel de Juárez” debido al narcotráfico o por las “muertas de Juárez”” (Balderas, 2005, p.5) dos de los episodios de violencia que mayor impacto han presentado en Ciudad Juárez en años recientes.

En estas últimas décadas, en los medios de comunicación masiva, Ciudad Juárez ha dado mucho de qué hablar. En noticieros y periódicos nacionales se ha hablado de la región de una manera que busca la objetividad, aunque las noticias con mayor circulación son las referentes a la violencia vivida, expone Sánchez<sup>50</sup> que los periódicos nacionales de mayor influencia en México son El Universal y El Excelsior los cuales en la última década han publicado noticias como las siguientes: *Ciudad Juárez en lenta agonía (2011)*<sup>51</sup>, *48 ejecutados al día en 2011; PGR da cifras de violencia criminal (2012)*<sup>52</sup>, *En Juárez, siete feminicidios en lo que va de 2015 (2015)*<sup>53</sup>, *Chihuahua y Juárez, a ranking de violencia (2017)*<sup>54</sup>, *Los 897 muertos de Ciudad Juárez... sólo en 2017 (2017)*<sup>55</sup>, las cuales retratan a Ciudad Juárez a nivel nacional como una ciudad peligrosa, dominada por el narcotráfico y en la que ser mujer representa mayor peligro. Estas noticias sobre la realidad

---

<sup>50</sup> <https://www.merca20.com/los-10-periodicos-mas-influyentes-en-mexico/>

<sup>51</sup> <http://archivo.eluniversal.com.mx/nacion/190589.html>

<sup>52</sup> <https://www.excelsior.com.mx/2012/01/12/nacional/801521>

<sup>53</sup> <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/04/02/1016779>

<sup>54</sup> <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/seguridad/2017/04/7/chihuahua-y-juarez-ranking-de-violencia>

<sup>55</sup> <https://www.eluniversal.com.mx/periodismo-de-investigacion/los-897-muertos-de-ciudad-juarez-solo-en-2017>

de Ciudad Juárez refuerzan en el juarense el sentimiento de resistencia, de sentirse sobrevivientes a una situación extremadamente difícil y de resiliencia.

Sin embargo, lo comentado en los párrafos anteriores es como se dijo, un retrato de lo ocurrido en Ciudad Juárez, los siguientes ejemplos son algunas de las principales ocasiones en las que se destacó a la ciudad de una manera más subjetiva en el cine internacional:

La película *Sicario* (2015), la cual cuenta la historia de un agente del FBI que busca atrapar al líder del mayor cartel en la región. En esta película, a pesar de no haber sido grabada en Ciudad Juárez, se representa a esta ciudad como escenario, afirmando esto con algunas tomas aéreas de Juárez, esta película “muestra escenas aéreas de barrios marginados de la ciudad, así como enfrentamientos en las calles, asesinatos y cadáveres dentro de paredes.” (Najar, 2015, parr.20) retratando a Ciudad Juárez como una ciudad de extremo peligro.

Esta película recibió incluso reacciones negativas por algunas personas de Ciudad Juárez<sup>56</sup>, entre las que destaca el alcalde Enrique Serrano el cual destacó lo siguiente: “como presidente municipal me toca defender la dignidad de nuestra ciudad, más cuando quedaron muchas familias lastimadas, heridas. Se perdieron muchas vidas en esta guerra”. (Najar, 2015, parr.37) Ya que se argumentaba que se retrataba una Ciudad Juárez excesivamente peligrosa cuando la sensación de guerra era considerada por algunos como cosa del pasado<sup>57</sup>, cabe destacar que esta postura también generó reacciones entre otros ciudadanos, por ejemplo el de Sergio Meza, Presidente de la Organización Civil Plan Estratégico de Ciudad Juárez, el cuál comentó que “los ciudadanos han señalado que no se cambia la opinión sobre una ciudad con una película, ni se mejora con una campaña. Para que haya un cambio en la percepción es necesario que la realidad cambie” (Meza citado por Vértiz, 2015, parr.9). Convirtiéndose de esta manera en una producción cinematográfica altamente comentada en la frontera.

Esta película, entonces reflejó a nivel mundial una Ciudad Juárez en guerra en la que policías y delincuentes trabajaban en conjunto y que continuaba en una situación bélica que al parecer no tenía fin, “un árido infierno mexicano” (Burnett, 2015, parr.3).

Al realizar un acercamiento a la percepción que se presenta sobre Ciudad Juárez en el cine comercial de fama mundial, es importante destacar un caso poco común, la aparición de 00:45 segundos de Ciudad Juárez en la película *Batman Vs Superman*, producción que se estrenó el 19 de

---

<sup>56</sup> “Vecinos de Ciudad Juárez han realizado varias protestas, especialmente en los puentes internacionales que comunican con El Paso, Texas.” (Najar, 2015, parr.11)

<sup>57</sup> “El promedio de homicidios es de entre 20 y 30 al mes, cuando hace unos años era de 350.” (Najar, 2015, parr.28).

marzo del 2016 y generó alta expectativa internacional por la iconicidad de sus personajes, en este largometraje destaca para este documento el momento en que Superman visita la ciudad fronteriza con el propósito de detener un incendio en una empresa maquiladora, aparición que el director del filme Zack Snyder argumentó de la siguiente manera:

La idea era tener un lugar en cualquier parte del mundo. Y aquí (en Juárez) era una fábrica en la que había que combatir un incendio. La escena termina siendo una imagen con la cual quería contar que el mundo está viendo a Superman (citado por S, N. 2016, parr.3).

Con lo dicho por el cineasta se entiende que el objetivo de hacer referencia a Ciudad Juárez fue únicamente por elegir a una ciudad alrededor del mundo sin mayor relevancia en la elección de cual sería en específico, sin embargo, esta situación generó comentarios entre los juarenses que vieron la escena en la cual, un grupo grande de mexicanos entre los cuales, algunos usan sombrero, algunos tienen el rostro pintado como catrina, algunos otros usan vestimenta tradicional de mariachi y portan artesanías propias de un festejo de día de muertos<sup>58</sup> reciben a un Superman que desciende lentamente con una mujer en brazos después de salvarla de un incendio en una fábrica, los mexicanos a los que antes se hizo referencia lo reciben retirándose el sombrero y haciendo esfuerzo por tocarlo mientras le muestran respeto como a una divinidad (situación que se refuerza con el dialogo posterior) “Nosotros como población en este planeta, estamos buscando un salvador, el 90% de las personas creen en un ser superior” (American Icons, 2016, s.0.34).

En esta escena se muestra a nivel mundial una Ciudad Juárez llena de clichés mexicanos que son rechazados por el juarense<sup>59</sup>, el cual, a pesar de celebrar el día de muertos, no lo celebra como se hace en estados del centro de la República mexicana y menos en un día cotidiano como pareciera mostrarse en esta película, además del estereotipo del hombre con sombrero y la ciudad urgentemente necesitada de un ser superior.

---

<sup>58</sup> Celebración realizada en algunas ciudades de México el 2 de noviembre, en la que se conmemora a las personas fallecidas.

<sup>59</sup> “Uno de los intentos más flojos y llenos de clichés. Hay una secuencia de la película donde Superman salva a una niña en Ciudad Juárez, Chihuahua en la celebración del Día de Muertos. Ahí es recibido como casi un Dios.” (S.A, 2017, parr.12).

“pone a Superman a rescatar una niña en un incendio como si fuera un gato atrapado en un árbol y que es recibido como un ser supremo por los Juarenses que van hasta disfrazados (folclóricos como deben ser los mexicanos ¿Por qué no) de CATRINAS en un atemporal día de los muertos mexicanos... ¿De verdad cree Zach Snyder que los mexicanos estamos TODO EL AÑO maquillados y disfrazados de catrinas y esqueletos?” (S, A., 2016, parr.14).

“[En Ciudad Juárez] No hay hombre sin sombrero, ni mujer que no sea Catrina.” (S, A., 2016. parr.8).

Es así como en el reflejo que se realiza de manera nacional e internacional sobre el juarense, este rechaza lo que no considera parte de sí, reconociendo a esta imagen del juarense como a otro más, el cual recalca de una mayor manera las diferencias. Como los clichés antes descritos, en los que se retrata a Ciudad Juárez como una ciudad extremadamente marginada y en la que sus habitantes se encuentran en constante peligro y con vestimentas que no son propias de la cotidianidad juarense, como los sombreros o el traje de charro. Sin embargo, también el juarense refuerza su identidad en base a la imagen cruda que se da de su contexto en los medios nacionales en los que en mayor medida se habla de los hechos violentos que acontecen en la ciudad, y que, a pesar de ser aceptados como parte de sí, en el juarense refuerza su capacidad de resistencia y de afrontar las adversidades mientras que da cuenta a sí mismo de que no todo en esta región es violencia.

## **2.6 El juarense visto desde la perspectiva del otro**

Con el objetivo de conocer de primera fuente, lo que fuera de Ciudad Juárez se percibe acerca de esta región y de sus habitantes, se llevó a cabo la aplicación del mismo cuestionario del capítulo anterior, a la misma cantidad de personas y bajo los mismos parámetros establecidos: un muestreo aleatorio simple con personas con mayoría de edad como mínimo y sin límite de edad como máximo, sin discriminación de género, u otro tipo. La selección de la muestra para este cuestionario estuvo dada por un muestreo de tipo accidental o causal ya que se contó con la participación de las personas de las que se tuvo disposición en dos etapas: en la primera, de manera digital, por medio de contactos con conocidos fuera de Ciudad Juárez, mientras que la segunda se realizó de manera personal con los participantes en el centro de la Ciudad de México. Se obtuvo participación de personas de 11 estados de la República Mexicana en la distribución mostrada en la imagen número 6.

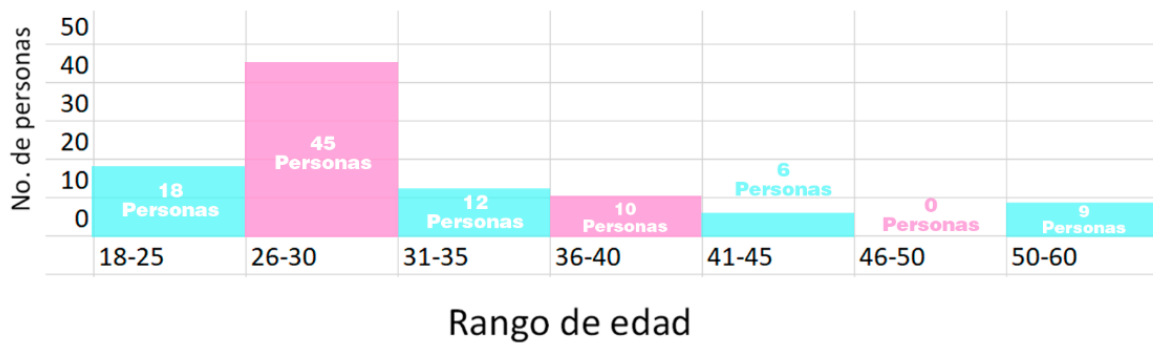
Imagen 6:  
**Zonas de participación.**  
2019



*Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).*

Profundizando lo dicho en párrafos anteriores, el rango de edad considerado en la aplicación de la encuesta fue estimado de 18 años en adelante. La muestra obtenida en este caso fue desde los 18 hasta los 60 años. Un rango de edad similar al obtenido en los cuestionarios anteriores. En la gráfica número 3 se puede observar que el 63% de los cuestionarios fue respondido por personas entre los 18 y los 30 años, un resultado, apenas por debajo del obtenido en la encuesta aplicada en Ciudad Juárez, aunque, cabe destacar que, en esta ocasión, la mayor participación fue de personas de entre 26 a 30 años, mientras que en el cuestionario pasado fueron los participantes de entre 18 y 25 años quienes respondieron mayormente.

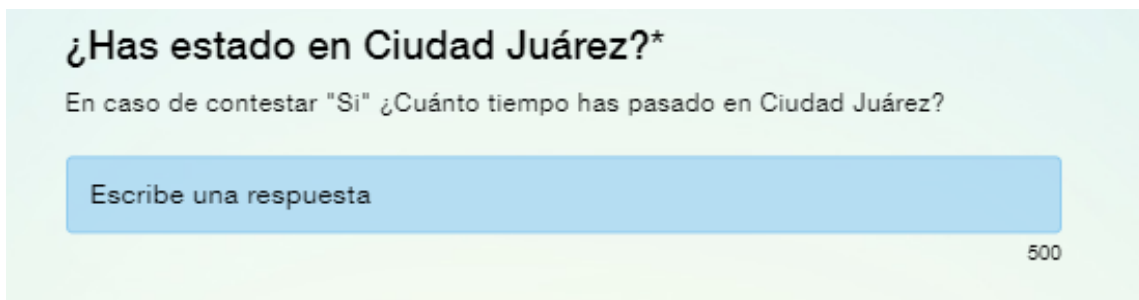
Gráfica 3:  
**Rango de edad (segundo cuestionario).**  
 2019



Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).

En esta ocasión, además de destinar una pregunta para la segmentación de espacio y otra a la de edad, se añadió una tercera pregunta, con la cual, se pudo ver cuántos de los participantes habían o no estado en Ciudad Juárez con anterioridad.

Imagen 7:  
**¿Has estado en Ciudad Juárez?.**  
 2019



Fuente: Survio (2019).

Con este apartado, se pudo observar que el 82% de los participantes no habían estado nunca en Ciudad Juárez, mientras que quienes si habían estado en la ciudad habían estado en periodos desde un día, hasta varios años.

### 2.6.1 Análisis de resultados

Primera pregunta:

En la primera pregunta de este nuevo cuestionario, se dio mayor importancia a la respuesta que indica que el rasgo más distintivo del juarense es el acento y menos importancia a su educación. Estos datos fueron muy parecidos a los obtenidos en la encuesta anterior y algunos de los aportes brindados por los encuestados fueron los siguientes: “Eh convivido con algunos juarenses y es muy bonito cuando se expresan”, “Ciudad Juárez, feminicidio: "NI UNA MÁS"”, “Los juarenses son personas muy amigables y solidarias, me agradaría visitar esta ciudad algún día”, “Shihuahua”. Es destacable que la relevancia al hablar del carácter, el acento y la forma de expresarse de los juarenses, más allá de otros datos distintivos.

Pregunta 1:

Cuadro 10:

#### Primera pregunta Otredad

2019

Respuesta	Importancia
Su acento	4.5
Su carácter	3.4
Su cocina	2.6
Su cultura	2.7
Su educación	1.8

Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).

Pregunta 2:

Cuadro 11:

#### Segunda pregunta Otredad

2019

Respuesta	Importancia
Su cercanía con USA	4.4
Los episodios de violencia de Ciudad Juárez	3.6
La migración de otros estados de la República	3.1
Su lejanía con el centro de la República	2.6
Su aislamiento geográfico	1.3

Fuente: *Elaboración propia con datos de Survio (2019).*

De igual manera que con el cuestionario anterior, la respuesta de “Su cercanía con USA”, es la que los encuestados consideran que es la mayor influencia en la formación de la identidad del juarense, con un muy alto nivel de aceptación, mientras que tan solo con un nivel de importancia de 1.3, se considera que el aislamiento geográfico es la respuesta menos apropiada para esta pregunta.

Algunos de los aportes presentados en esta pregunta, fueron los siguientes:

“A pesar de los episodios que [sic] se vivieron en esa ciudad, como en cualquier otra del país, no es razonable [sic] opinar sobre esta ciudad y sus habitantes basándonos solo en un hecho en un tiempo determinado”, “El choque entre varias culturas hace el crecimiento y fortalecimiento de identidad”, “Su nivel industrial es un factor importante”, “Violencia: “LAS MUERTAS DE JUÁREZ”, CIUDAD JUÁREZ, LUGAR DE CONTRASTES”, “Winis” en estas respuestas se puede observar cómo se comentan varias cosas reconocibles de ciudad Juárez, como lo es la manera en que se llama diferentes a ciertos alimentos, su dinámica industrial, y su situación fronteriza aunque también es dicho, y con fuerza, la violencia que azoto a Ciudad Juárez.

Pregunta 3:

Cuadro 12:

### Tercera pregunta Otredad

2019

Respuesta	Importancia
-----------	-------------

Las oportunidades laborales que hay en Ciudad Juárez	3.8
La capacidad de adaptación	3.5
La ubicación geográfica de Ciudad Juárez	3.4
Capacidad de adaptación	3.4
La historia de Ciudad Juárez	2.6
La dinámica de Ciudad Juárez	1.8

*Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).*

En la tercera pregunta, las personas respondieron que, de las opciones ofrecidas, lo que más le gusta de Ciudad Juárez son las oportunidades laborales, respuesta que no estuvo tan alejada de la capacidad de adaptación y la ubicación geográfica de la ciudad, sin embargo, la respuesta con menos nivel de importancia fue la de la dinámica de Ciudad Juárez con apenas un 1.8. Esta es la primera pregunta con una respuesta diferente que, en el cuestionario anterior, en el que se mencionó que la capacidad de adaptación era lo que más gustaba de ser juarense, al parecer, las oportunidades laborales son un tema importante para reconocer a Ciudad Juárez desde fuera de la misma ciudad. Entre los aportes de los encuestados se presentan los siguientes: “Es la ciudad más [sic] al norte [sic] de nuestro país” “Ciudad Juárez, uno de los estados de la República Mexicana con una gran importancia histórica durante el Virreinato, Independencia, Revolución y hasta el momento la gran lucha contra los derechos de las Mujeres...” “El tener en cuenta que modos de trabajo son muy variados y que se pueden implementar varias vacantes” “Cuando vaya lo sabré”. Es destacable como se hace referencia a la historia, y las oportunidades laborales de Ciudad Juárez, incluso, se expresa la posibilidad de visitar ciudad Juárez por parte de un participante que no la conoce, sin hablar de miedo.

Pregunta 4:

Cuadro 13:

**Cuarta pregunta Otredad**

2019

Respuesta	Importancia
-----------	-------------

Su hospitalidad	3.5
Su capacidad de adaptarse a situaciones adversas	3.4
Multiculturalidad	3.3
Ser trabajador	2.9
Su amigabilidad	1.8

*Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).*

¿Cuál es la principal cualidad del juarense?, ante esta pregunta, la respuesta es la misma que en el cuestionario del capítulo uno, la que obtuvo mayor importancia fue que hace referencia de su hospitalidad con un 3.5, seguida de su capacidad para adaptarse a situaciones adversas, ser trabajador y su amigabilidad se consideraron las respuestas menos aptas para esta respuesta, puede ser que en realidad el juarense no se considere una persona trabajadora tampoco por personas de fuera de la ciudad. Algunas aportaciones de los participantes fueron las siguientes: “El tener diferentes enfoques de cultura, hace que sea más adaptable a los visitantes”, “Son personas amables y sobre todo muy amigables”, “Pese a la violencia, narcotráfico, feminicidios, ... Pese a estos antecedentes se busca la PAZ social y otros aspectos que hoy en día nos enfrentamos los habitantes de este territorio mexicano y el mundo entero”. Amabilidad, hospitalidad y adjetivos positivos son lo único que se rescata en este apartado, lo cual concuerda mucho con lo dicho por los participantes de Ciudad Juárez.

Pregunta 5:

Cuadro 14:

**Quinta pregunta Otredad**

2019

Respuesta	Importancia
Su carácter	4.1
Su dependencia de la cultura estadounidense	3.3
La dinámica de convivencia con otras personas	2.8

Su identidad cultural	2.5
Sus rasgos físicos	2.3

*Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).*

¿El principal defecto del juarense?, en esta pregunta hubo dos respuestas con buena aceptación por parte del público encuestado, con 4.1 de importancia se optó por la opción de su carácter y con 3.3 por su dependencia con la cultura estadounidense, mientras que con tan solo 2.5 y 2.3 de importancia (muy lejana a las otras respuestas), los encuestados consideraron estas última como las opciones menos pertinentes (identidad cultural y rasgos físicos), en el capítulo anterior, se hablaba de la multiculturalidad en Ciudad Juárez como una justificante para que las diferencias físicas no tuvieran relevancia en las respuestas, en este caso podría ser igual. Estas son algunas de las aportaciones de los encuestados: “El arraigarse demasiado [sic] con identidades distintas, hace que los juarenses se sientan excluidos de repente por otra cultura”, “Problema social con el que todo el mundo nos enfrentamos día a día”, esta pregunta obtuvo comentarios negativos en el cuestionario anterior, por lo que se deduce que creó incomodidad entre los participantes, sin embargo, en esta ocasión fue muy bien aceptada.

Pregunta 6:

Cuadro 15:

**Sexta pregunta Otredad**

2019

Respuesta	Importancia
Amable	4.3
Amigable	3.1
Apático	2.9
Indiferente	2.6
Grosero	2.1

*Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).*

Como respuesta a la pregunta de ¿cómo es la actitud del juarense?, La respuesta también fue similar al cuestionario anterior, la mayor aceptación se mostró con amplia ventaja en la respuesta “amable” seguida de “amigable”. El resto de las respuestas no tuvieron mucha aceptación

e incluso solo un 2.1 de importancia obtuvo de los encuestados la respuesta de grosero. Los siguientes son aportes de los encuestados: “Dependiendo de la actitud de cada persona al interactuar con los juarenses”, “amigable”, “Pues quién sabe porque gente así hay donde quiera”.

Pregunta 7:

Cuadro 16:

**Séptima pregunta Otredad**

2019

Respuesta	Importancia
Orgullosa	4.5
Preocupada	3.7
Avergonzada	2.8
Indiferente	2.3
Enojada	1.7

Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).

¿Cuándo esta fuera de la ciudad, cómo se expresa el juarense de su comunidad? Aunque los resultados son similares al cuestionario anterior, es notorio que en esta ocasión la respuesta de orgullosa tuvo una mayor aceptación de los participantes, con un 4.5 de importancia, seguida de preocupada. Como se mencionó con anterioridad y en esta ocasión se reafirma, queda claro que el juarense cuando está fuera de su ciudad resalta lo bueno de ella y se preocupa por los problemas que le aquejan, incluso, además la opción de enojada fue la que menos nivel de importancia obtuvo, apenas con un 1.7, incluso menor que en el cuestionario anterior. Estas fueron algunas de las participaciones de los encuestados: “Bueno eso es lo que se ve en la tele la verdad quien sabe cómo se sientan en realidad”, “Es la actitud de cada juarense, lo que define como se siente”

Pregunta 8:

Cuadro 17:

**Octava pregunta Otredad**

2019

Respuesta	Importancia
Respeto	4.3

Cooperación	3.6
Destrucción	2.7
Indiferente	2.5
Apatía	1.9

*Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).*

En el cuestionario anterior, la muestra encuestada consideró que el juarense es indiferente con su entorno, antes de ser respetuoso, destructivo o cooperativo, sin embargo, en esta ocasión las personas participantes consideran que el juarense es respetuoso con su entorno, al tener esta respuesta 4.3 de importancia sobre las otras, la apatía en esta ocasión también es la menos aceptada con apenas un 1.9.

La siguiente fue una de las participaciones de los encuestados: “Dependiendo al lugar donde esté y si comienza a comparar las situaciones actuales, con las que se vive en su entorno”. En este apartado no se obtuvo mucha participación de los cuestionados, probablemente se sentían sin referentes para darle respuesta a la pregunta de una manera más detallada.

Pregunta 9:

Cuadro 18:

**Novena pregunta Otredad**

2019

Respuesta	Importancia
Que es violento	4.1
Que está aislado del país	3.3
Que es resistente ante la violencia	2.9
Que es pasivo ante la violencia	2.6
Que es amable	2.1

*Fuente: Elaboración propia con datos de Survio (2019).*

Que el juarense es violento, es lo que se cree en otras ciudades del país según la respuesta

de los participantes en el cuestionario, al ser esta la opción con más participación, con un 4.1 de importancia, muy por encima de las demás respuestas.

Que es amable, fue la respuesta con menor importancia, con un 2.1, a pesar de que los participantes en realidad consideran amables a los juarenses. Algunas de las aportaciones fueron las siguientes: “Es lo que cada persona piensa desde las situaciones que ve y escucha en los medios de comunicación”, “Según los medios de comunicación”. En esta ocasión, los participantes reconocen que lo que saben sobre ciudad Juárez está influenciado en mayor medida por lo que ven en los medios de comunicación, lo cual es principalmente la violencia y eventos desafortunados.

Durante la aplicación de esta encuesta, ninguno de los participantes se mostró inconforme o desacreditó las respuestas ofrecidas. La encuesta nos permitió encontrar que lo que se sabe de Ciudad Juárez fuera de esta misma ciudad es que, es una ciudad con amplia oferta laboral y de gran multiculturalidad, y además, se pudo identificar que fuera de la ciudad se piensa que es un territorio muy al norte del país, incluso hasta lejano a su propia percepción, se identificó también que las personas consideran que el juarense es amable y amigable, ya sea por contacto con juarenses o por suposición.

Y a pesar de que las personas encuestadas no mostraron comentarios negativos hacia los juarenses en sí o hacia la ciudad, sí revelaron estar muy conscientes de los episodios de violencia de Ciudad Juárez e incluso se destacó que la mayor influencia en la concepción de estas ideas, son los medios de comunicación.

## **2.7 Conclusiones**

La percepción que se tiene desde fuera de Ciudad Juárez sobre los juarenses está influenciada principalmente por lo que se destaca en los principales medios de comunicación y entretenimiento, los noticieros de televisión y de radio, los periódicos e incluso el cine.

Sin embargo, lo que más se aborda en estos medios son los hechos de violencia, incluso algunos con cierto toque de amarillismo, sin ahondar más en el contexto o en las personas involucradas.

Es de esta manera que lo que se sabe de Ciudad Juárez en el exterior, es que se trata de una ciudad peligrosa, ubicada a las orillas del país en medio del desierto, con una cantidad alarmante de hechos violentos a diario y nada más.

Aunque también existe la percepción de que Ciudad Juárez es una zona de oportunidades laborales y de que, en esta ciudad, los habitantes son amables, hospitalarios y amigables.

En el segundo capítulo se abordó la otredad desde dos puntos, en la construcción de la identidad del juarense por medio de distintas alteridades y en la percepción del juarense desde fuera de Ciudad Juárez, así mismo se contrastó la información obtenida en los cuestionarios aplicados a los habitantes de ciudad Juárez, con las mismas preguntas, pero a personas de otros estados de la República Mexicana, teniendo resultados muy parecidos pero sin mayor profundidad por parte de estos últimos.

Como se vio al inicio de la investigación, la identidad se compone del yo y del otro, una vez abordada la identidad del juarense y de haberla complementado con lo que este rescata de su interacción con la otredad, además de realizar un acercamiento a la percepción que los habitantes de otros estados del país tienen de Ciudad Juárez, en el siguiente capítulo se realiza un análisis de las propuestas gráficas con la que se buscaba fomentar el arraigo en los juarenses.

## Capítulo 3

### Análisis de las propuestas gráficas.

#### INTRODUCCIÓN

El objetivo de este capítulo es realizar un análisis de las propuestas gráficas seleccionadas para el presente proyecto de investigación.

Para este propósito se decidió partir del modelo de análisis del diseño gráfico propuesto en el libro *Elementos del discurso cinematográfico* por Lauro Zavala, dicho modelo de análisis se conforma de 12 subtemas agrupados en cuatro categorías mayores: el planteamiento, una descripción micro pragmática, un análisis micro pragmático y una visión macro pragmática del elemento gráfico a estudiar.

Estos temas, así como los propios subtemas que conforman a cada uno de ellos, serán abordados a partir de la información empírica obtenida en contacto personal con el autor y con la retroalimentación que el mismo académico brindó en este acercamiento antes comentado para el entendimiento de su modelo.

Cabe destacar que, con la finalidad de adaptar de una manera óptima el modelo de análisis de Zavala con las intenciones del presente proyecto de investigación, se realizan las correcciones o adaptaciones que se consideran necesarias, tomando en consideración que el modelo de Zavala fue propuesto a partir del conocimiento cinematográfico y que a pesar de que dicho modelo forma parte de una publicación del año 2003 algunas de las teorías en las que se fundamenta datan de la década de los setentas.

Como complemento a este trabajo, se presenta un cuestionario cuyo propósito es certificar lo rescatado a partir del modelo de análisis, pero en este caso desde el punto de vista del juarense, esto también es en respuesta a que el modelo de análisis elegido fue creado desde un contexto sociohistórico diferente al que vivía Ciudad Juárez en el año 2010.

La formulación de las preguntas de este cuestionario responde de manera directa a los puntos del modelo de análisis y la segmentación de la muestra responde a un muestreo aleatorio simple en donde se involucra las 14 zonas propuestas por Almada (2007) en las que se divide la ciudad y que fueron explicadas en los capítulos anteriores.

## Modelo de análisis

El primer tema es el planteamiento. Este punto consiste en describir de manera breve el problema original que intenta atender la propuesta gráfica, para posteriormente describir la solución gráfica ofrecida al problema en cuestión.

Si bien, este problema ya fue abordado en los primeros capítulos del presente documento. En esta etapa se presenta un breve resumen.

El segundo tema es la descripción micro pragmática de la solución gráfica, en la cual, se comienza desde un nivel textual en donde se describe el plano verbal del elemento gráfico. Es decir, la argumentación en la cual, se refleja la intención de la propuesta gráfica por medio de el o los responsables.

Considero este punto como una hipótesis de los resultados que el producto gráfico obtendría y que en esta adaptación del modelo de análisis se compara con lo que realmente el juareño considera sobre dicho producto.

Después se aborda el nivel icónico del elemento gráfico en la cual, como el mismo Zavala (2003) dice, consiste en “enumerar elementos” (p.278), o bien, realizar un listado de las imágenes visuales presentes (lo que se puede ver).

Este listado se detalla de manera posterior en el nivel iconológico, en el cual, continuando con el formato de enlistado, se describen de manera teórica las connotaciones que cada elemento puede ofrecer al enunciado visual.

Este punto del modelo de análisis también se complementa y contrasta con la información recibida por parte de los participantes de los cuestionarios.

Estos dos últimos puntos se relacionan finalmente en el nivel entimemático, en donde se formulan “las relaciones entre iconograma e ideograma” (Zavala, 2007, p.278) para dar como resultados implícitos ideológicos sobre la solución gráfica que se estudia.

El siguiente punto es el análisis micro pragmático, en el cual, se comienza con el nivel tópico, describiendo las técnicas visuales que se pueden localizar en la solución gráfica, Zavala hace referencia a que estas técnicas son las llamadas por Dondis (1973) como “parejas tópicas” en su libro *La Sintaxis de la Imagen* (p.129) y son las siguientes:

Equilibrio-inestabilidad, fragmentación-unidad, simetría-asimetría, regularidad-irregularidad, simplicidad-complejidad, economía-profusión, reticencia-exageración,

predictibilidad-espontaneidad, actividad-pasividad, sutileza-audacia, neutralidad-acento, transparencia-opacidad, coherencia-variación, realismo-distorsión, plana-profunda, singularidad-yuxtaposición, secuencialidad-aleatoriedad, agudeza-difusividad, continuidad-episodicidad.

El siguiente es el nivel tropológico, para este nivel de análisis, se toma como base a Trevor Whittock el cual, en *Film and Metaphor*, como dice Zavala (2018), hace referencia a que “es posible reconocer diez estrategias metafóricas presentes en toda manifestación discursiva” (p.39).

Estas estrategias son las siguientes: Diáfora, diferencia, distorsión, epifora, metonimia, objetivo correlativo, paralelismo, ruptura, sinécdoque y sustitución.

Sin embargo, es en estos dos últimos puntos del análisis en donde surge la pregunta ¿para los fines de la presente investigación es necesario abordar a profundidad estos aspectos en la propuesta gráfica? Tomando también en cuenta que, en primera instancia, el libro “la sintaxis de la imagen” tiene más de cuatro décadas de su primera edición y, por otra parte, el trabajo de Whittock se orienta hacia el análisis semiótico del baile y la representación escénica.

En el presente trabajo se aborda este tema de manera teórica, pero también se contrasta y complementa con lo rescatado en los cuestionarios.

Finalmente, está la visión macro pragmática que consta de cuatro puntos.

En el primero se abordan las posibilidades de resemantización que puede brindar el producto gráfico, lo cual le otorgaría nuevos tipos de lectura y puede crear confusiones o mal interpretaciones en el mismo.

Para este apartado del modelo de análisis se integra una posibilidad importante en la resemantización del producto gráfico, la posibilidad de que este sea rechazado por el usuario por diversas posibilidades, ya sea por no sentirse identificado con él o incluso por sentirse ofendido o detectar falta de seriedad y/o conocimiento en el mensaje brindado.

De manera posterior se aborda el co-texto de lectura, lo cual podría definirse como el discurso que acompaña al mensaje del elemento gráfico dependiendo de su distribución.

Después, el punto que Zavala denomina contexto de producción hace referencia a la situación socio histórica en la que se presenta la solución gráfica y como esto afecta el mensaje.

Por último, están las conclusiones en las cuales Zavala propone una descripción de cuatro puntos importantes 1.-A quién iba dirigido, 2.-Desde dónde se dirigió, 3.- Cómo se dirigió y 4.- Cuál fue la eficacia lograda en la solución gráfica.

## Cuestionario

Como se mencionó en párrafos anteriores, se realizará un ejercicio con el cual, se busca entender cómo percibe el juarenses la propuesta gráfica seleccionada y también hacer visible si este entendimiento empírico se relaciona con lo expuesto con el modelo de análisis.

Con el objetivo de volverlo fácil y rápido para el participante, este ejercicio consta únicamente de 6 preguntas, entre las cuales, se involucra una actividad rápida (pregunta número 2).

Se realizará a 14 personas elegidas de manera aleatoria contando con la participación de una persona por cada zona de la ciudad según la zonificación de Almada<sup>60</sup>, el género dependerá de la aleatoriedad, esto con el objetivo de no limitar las posibilidades de selección de los participantes. Mientras que el rango de edad se establece de la siguiente manera: personas desde los 25 años (considerando que para el año 2009 estas personas tenían como mínimo 15 años y posiblemente ya cursaban un nivel de educación media superior) y sin un límite de edad como máximo.

Otro aspecto importante es que el participante estuviera radicando en la ciudad en los años en que la campaña estuvo en funcionamiento.

El cuestionario comienza con las siguientes preguntas:

¿Recuerdas “*Amor por Juárez*”? (Únicamente se dice el nombre de la campaña, sin más información que pudiera condicionar la respuesta).

Si la respuesta es sí, se continúa con el ejercicio, de lo contrario se prosigue con el siguiente participante.

¿Puedes dibujar el logotipo? (se solicita al participante que realice un bosquejo rápido de cómo recuerda el producto gráfico, añadiendo los colores que recuerda)

Estas dos primeras preguntas tienen el propósito de ver cuál es el estado actual de la propuesta gráfica en la memoria de los participantes.

---

<sup>60</sup> Almada, H. (2007) *La Realidad Social de Ciudad Juárez, Análisis Territorial*. Ciudad Juárez, México: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.

De manera posterior, se mostrará la propuesta gráfica real a los encuestados por 5 segundos, en un modelo parecido al *test de usabilidad de los 5 segundos*<sup>61</sup> ya que como menciona Perfetti (2005) “los usuarios hacen juicios importantes en los primeros momentos” (citado por Camus, 2009, p.60).

Una vez hecho esto, se oculta la propuesta gráfica y se realizan las siguientes preguntas:

¿Qué te recuerda?

¿Cómo está compuesta la imagen (formas, colores, etcétera)?

¿Qué representa esta imagen?

¿En qué aplicaciones recuerdas haberla visto?

¿Para qué crees que fue creada?

En estas últimas preguntas se busca localizar que elementos, de los formulados por Zavala, son reconocidos en realidad por el usuario en la interacción con la propuesta gráfica.

### **3.1 Amor por Juárez**

En este apartado del proyecto de investigación, se analiza de manera inicial el isologo de la campaña *Amor por Juárez* como elemento en solitario, para después abordar las aplicaciones en las que el isologo formó parte de una composición en donde se vieron involucrados otros elementos visuales.

La selección de estas aplicaciones se dio a partir de los recursos con los que se dispuso al final de una búsqueda de estos, por medios digitales e impresos. Entre las opciones encontradas se analizan tres: (imagen número 8, imagen número 9 e imagen número 10) por su variedad, un anuncio espectacular, un pendón para exterior y un banner para aplicaciones digitales.

---

<sup>61</sup> < [http://www.uie.com/articles/five\\_second\\_test/](http://www.uie.com/articles/five_second_test/) >

Imagen 8:

**Pendón**

2009



*Fuente: (Gamboa, A. 2009.)*

Imagen 9:

**Espectacular**

2009



Fuente: (S, A. 2009.)

Imagen 10:

**Banner**

2009



Fuente: (Gamboa, A. 2009).

### 3.1.1 Problema original

Hacia el final del año 2008, Ciudad Juárez ya encabezaba la lista de las ciudades más violentas del mundo por encima de lugares como Bagdad o Medellín<sup>62</sup> y así mismo, para el primer semestre del año 2009 (año en el que el número de asesinatos iba en creciente) “Ciudad Juárez encabezó la lista internacional de ciudades con la mayor tasa de secuestros por cada millón de habitantes” (S.N., 2009, parr.10)

De esta manera, ante el primer año de gran violencia que se vivió en Ciudad Juárez, originada por la llamada guerra contra el narcotráfico, los tres niveles de gobierno buscaron, como cita Gamboa (2009) “Recuperar la paz y la libertad secuestrada” (parr.1) a los habitantes de esta región.

Reyes Ferriz (2009), el entonces presidente municipal de Ciudad Juárez mencionó que “más que patrullas y policías, se requiere [requería] de una estrategia social que repare el tejido social que se fue desgastando” (Citado por Gamboa, parr. 4), una estrategia con la cual se unificaría a la sociedad.

---

<sup>62</sup> <https://archivo.eluniversal.com.mx/estados/73684.html>

### 3.1.1.1 Solución gráfica

Es así como se da origen a la iniciativa *Amor por Juárez*, un proyecto que en palabras de Reyes Ferriz buscaba proyectar a los juarenses “dentro y fuera de México como una sociedad indomable, luchadora... que frente a la adversidad se crece para seguir construyendo su futuro de progreso” (Citado por S.N, 2009, parr.5) y de esta manera, buscaba “trascender fronteras para decirle al resto del país y del mundo que los juarenses estamos de pie“. (Citado por S.N, 2009, parr.24).

Esta iniciativa muy similar, como afirma Turati (2009) “al programa I LOVE NEW YORK que se implantó a la par del esfuerzo por bajar los índices delictivos en los años noventa en aquella urbe” (parr.11) estaba apoyada por una identidad visual la cual fue plasmada en souvenirs, pendones y anuncios espectaculares, esta identidad, fue impulsada por medio del isologo representado en la Imagen número 11.

Imagen 11:

#### **Amor por Juárez Isologo**

2009



*Fuente:* <https://www.facebook.com/Amor-Por-Juarez-169361246428614/>.

En palabras de José Reyes Ferriz (2009) esta estrategia social fue impulsada por los tres niveles de gobierno con ayuda de otros estados fronterizos de la República Mexicana "alcaldes aportamos 15 millones de pesos. Los gobernadores fronterizos otro tanto. Y el Gobierno federal pondrá 30 millones. ¡60 millones de pesos para la promoción!" (citado por El Sol de México, parr.38) bajo la

premisa de que mejorar la imagen que Ciudad Juárez mostraba se mejoraría la economía de toda la franja fronteriza sin tener que esperar tanto tiempo.<sup>63</sup>

### **3.1.2 Descripción micro pragmática**

#### **3.1.2.1 Nivel Textual**

Como se mencionó en párrafos anteriores, y basados en lo dicho por Reyes Ferriz, por medio del isologo utilizado para la campaña *Amor por Juárez*, se buscaba reflejar que Ciudad Juárez también es una tierra de paz y de gente buena, gente que ama a su ciudad y que ama también cuando en esta se respira un ambiente de paz y tranquilidad.

#### **3.1.2.2 Nivel icónico**

A continuación, se enlistan los elementos visuales que componen al isologo y a las aplicaciones de la campaña:

##### **Isologo:**

Un símbolo de corazón de color rojo formado por dos elementos separados

Cinco elementos rectangulares de color dorado con curvas redondeadas que simulan dedos y que poseen un degradado cada uno de ellos, el cual, genera un efecto de brillo.

Un círculo de color rojo.

La palabra *Amor* y la palabra *Juárez* en mayúsculas, en una tipografía sans serif en su forma bold de color negro.

Entre estas dos palabras, se encuentra escrita en minúsculas la palabra *por* en una tipografía script de color gris.

Para las siguientes aplicaciones se enlistan los elementos que se pueden encontrar, obviando los que ya fueron expresados en líneas anteriores.

##### **Pendón impreso**

---

<sup>63</sup> Reyes, J (2009) “¡No quiero esperar tanto! Que empiece a llegar hoy. De a poquito. ¡Pero que llegue! Que crezca el empleo. Aquí en la frontera, las condiciones son ideales.” (citado por El Sol de México, parr.32)

En primer plano de esta aplicación, se puede ver una composición formada por elementos tipográficos. En la misma tipografía del isotipo se puede leer: *Amor por Juárez* en color rojo, mientras que se puede leer también la frase: *es Lealtad*, en la misma tipografía, pero en color blanco.

Posteriormente, dentro de un banner en color rojo, se puede leer la frase: *y tú ¿Qué estás haciendo?* En minúsculas y también en color blanco.

Finalmente, se lee el nombre de la organización: (escrito en mayúsculas) *ALIANZA MUNICIPAL DE ORDEN Y RESPETO*, en una tipografía de menor tamaño, totalmente en mayúsculas y de color blanco, a excepción de las iniciales de cada palabra, las cuales fueron colocadas de color rojo.

Cabe destacar que la “O” de *Amor por Juárez* se cambia por el isotipo de la campaña, en sus colores originales (rojo y dorado).

En segundo plano, de espalda se puede ver a un soldado de uniforme y casco verde claro, con la mano dentro de un guante blanco, colocada en la frente a modo de saludo y que porta una soga en el hombro.

En tercer plano, una bandera mexicana, ondeando (totalmente extendida) en lo más alto de su asta (probablemente la Mega Bandera<sup>64</sup>) fabricada en “Nylon tejido Ripstop con hilo 100 por ciento de poliéster. [...] y con un escudo estampado por serigrafía.” (Vargas, 2018, parr.7)

En cuarto plano se ubica el cielo, azul y despejado de Ciudad Juárez.

### **Espectacular:**

En este caso, el primer plano de esta aplicación es muy similar al del pendón,, sólo que la palabra *Lealtad*, cambia por la siguiente: *Honradez*.

La composición del segundo plano también es muy parecida a la del pendón, en este caso, se puede ver a un oficial de tránsito de espalda, vestido con camisa de manga larga color caqui, y pantalón negro en el cual porta un cinturón que deja ver un radio y una pistola, ambos de color negro. Este oficial, levanta una infracción a un auto gris oscuro.

---

<sup>64</sup> Bandera de 100 m. de largo, ubicada en el parque el Chamizal desde 1999 como parte del decreto del entonces presidente Ernesto Zedillo para inculcar el sentido del patriotismo. <https://www.milenio.com/cultura/cual-es-el-record-guiness-de-la-bandera-mexicana>

En el tercer plano se deja ver un árbol que emite una sombra en una pared blanca.

Y finalmente, en un cuarto plano, se puede ver el cielo azul y despejado de Ciudad Juárez.

### **Banner digital:**

En esta última aplicación, en el primer plano, de lado izquierdo de este banner se puede ver el isologo completo de la campaña, mientras que de lado derecho se puede ver una fotografía a color del monumento a Benito Juárez<sup>65</sup> ubicado en la plaza del mismo nombre en Ciudad Juárez.

El segundo plano de la imagen, lo compone un fondo de color blanco sólido, acompañado de ondas de color dorado sólido, y una onda de menor tamaño con sombras y luces simulando un color dorado metálico.

De los elementos de color dorado sólido, destaca uno en la parte superior, en donde están colocados 5 lugares emblemáticos de Ciudad Juárez, de izquierda a derecha: *La antigua presidencia municipal, Monumento a Los Indomables, Museo de Arte e Historia de Ciudad Juárez, Monumento El Encierro, Iglesia de San Lorenzo*, todos ellos en fotografía a color, pero con una transparencia aplicada.

Como se mencionó en los párrafos anteriores, el segundo plano de la imagen está compuesto por ondas orgánicas de color blanco y dorado.

### **3.1.2.3 Nivel iconológico**

Una vez que ya se enlistaron los elementos que componen a las imágenes seleccionadas, continuamos con el nivel iconológico. En esta etapa del modelo, primero se aborda el tema del color que está presente en todas las imágenes que son motivo de análisis en este apartado del proyecto de investigación. De manera posterior se abordan por separado los demás elementos que componen a estas imágenes.

### **Color**

---

<sup>65</sup> El monumento más grande y representativo de esta ciudad es el grupo escultórico del Monumento a Juárez, en el parque del mismo nombre. Fue Porfirio Díaz quien colocó la primera piedra el 15 de octubre de 1909, víspera de su famosa entrevista con el estadista norteamericano William Taft. El monumento fue inaugurado el 16 de septiembre de 1910. [http://bivir.uacj.mx/bivir\\_pp/cronicas/monumento\\_benito\\_juarez.htm](http://bivir.uacj.mx/bivir_pp/cronicas/monumento_benito_juarez.htm)

Los colores identificados en el isotipo de *Amor por Juárez* y las aplicaciones de esta campaña son los siguientes: dorado, rojo, negro, gris, y blanco.

Ante esto, Zavala propone ahondar en ellos a partir de la teoría, así que se toma como referencia a Heller, teórica que retoma, en la década del 2000, los estudios de Goethe y que en su libro *Psicología del color* explica lo siguiente:

-El color dorado “no se parece a ningún otro color [...] significa dinero, felicidad y lujo. Y esto determina el simbolismo del color oro” (Heller, 2004, p.227) Heller hace gran referencia a que el color dorado evoca a la riqueza no necesariamente económica, además de fama y fidelidad, la amistad, la honradez y todas “las cualidades que se acrisolan con los años” (Heller, 2004, p.233) además de representar el bien y lo bueno y ser junto al amarillo, el color de la alegría y la energía

-El rojo, en palabras de la misma Heller (2004), es el primer color que viene a nuestra mente y su simbolismo “está determinado por dos experiencias elementales: el fuego es rojo, y roja es también la sangre.” (p.53), pero Heller también destaca otras atribuciones a este color, tales como lo son las pasiones buenas y las malas, la fuerza, la vida, la actividad y el valor, así como también la guerra, la agresividad, la ira y el peligro.

-En tanto al color negro Heller dice que “los jóvenes lo asocian con la moda y lo caro y los mayores a la muerte (2004, p.128) pero también expresa que es el color del duelo y del respeto a la pérdida. Hellen comenta que el efecto más poderoso del negro es “la inversión de todos los valores” (2004, p.131) ya que como ella indica, por experiencia práctica elemental, a todo color vivo, la complementación del color negro le invierte todo significado positivo y al mismo tiempo, “todos los sentimientos negativos están asociados al color negro” (Hellen, 2004, p.131).

Así mismo, Heller menciona que el negro es el color más respetable por su falta de ornamentación e incluso explica que “El efecto psicológico de los textos impresos en negro sobre blanco es tan poderoso, que los humanos tendemos a creer más en lo que dice la letra impresa que en nuestras propias experiencias” (p.150), además de la importancia del peso que adquiere un elemento negro sobre fondo blanco ya que, “debido a su fuerte contraste con el entorno, el negro se muestra anguloso y duro” (Hellen, 2004, p.148).

“El gris es el color sin fuerza” (Hellen, 2004, p.269). La autora también refiere que el color gris representa, la medianía, la vejez, el conformismo, el aburrimiento, la soledad, la preocupación y la tristeza. Y su adaptación depende más de los colores que lo rodean que de sí mismo, es en conclusión del autor “Un color sin carácter” (Hellen, 2004, p.270).

Por último, el color blanco, Heller (2004) expresa que “es el color de los caracteres tranquilos y pasivos” (Heller, 2004, p.159), “el color de la inocencia” (Heller, 2004, p.163), en conclusión, el color blanco denota pureza, tranquilidad y puede ser percibido como un color dotado de amabilidad.

Cuadro 19:

### Colores según Heller

2004

Color	Connotaciones positivas	Connotaciones negativas
Dorado	Dinero, felicidad, lujo, riqueza, fama fidelidad, amistad, honradez, el bien y lo bueno.	
Rojo	Fuego y sangre, pasiones buenas y malas, fuerza, vida, actividad y valor.	Guerra, agresividad, ira y peligro.
Negro	Moda, caro, respeto, dureza, confianza.	Muerte, duelo, perdida, todos los sentimientos negativos.
Gris		medianía, vejez, conformismo, aburrimiento, soledad, preocupación y tristeza y falta de carácter.
Blanco	Tranquilidad, pasividad, inocencia, pureza, amabilidad	

*Fuente:* Elaboración propia (2020)

Sin embargo, como argumenta Lara (2015) estas afirmaciones “dan un primordial papel a la percepción del color, al aspecto subjetivo de este, atribuyéndole un valor determinado. Una especie de personalidad a los colores” (parr.6) lo cual, a pesar de no restar de relevancia a sus aportaciones, si “conlleva un distanciamiento inmediato de los métodos científicos” (parr.6).

Esto, y la gran diversidad de respuestas posibles ante la búsqueda de una teoría única y objetiva sobre la percepción del color nos lleva a distar un poco de lo propuesto por Zavala y elegir realizar este acercamiento desde la construcción social en la actualidad, es de esta manera que lo que se establece de cada color utilizado es lo siguiente:

El color dorado: Este color toma su nombre del oro el cual, es “el más dúctil y maleable de los metales, muy buen conductor del calor y la electricidad y uno de los más pesados. [Y que] se usa como metal precioso en joyería y en la fabricación de monedas” (Torres, 2015, p.6) Durante la historia, “el oro [dorado] y sus matices han sido tomados como íconos de la realeza, de la fortaleza y en varios casos, como demostrativo de ciertas deidades y cultos religiosos”. (S.A, 2018, parr. 10).

Este color ha sido relacionado a lo largo del tiempo con poder económico, y con el valor que el metal del que toma su nombre posee, sin embargo, este color también ha tenido fuerte presencia en la religión, como expresa Torres (2015) “La tradición del dorado viene con la Edad

Media, en la pintura mural, la decoración de esculturas, manuscritos, retablos, etc. como símbolo divino, ensalzando la figura de Dios, y también demostrando su poder social.”

Por su parte, el color rojo es considerado en algunas culturas como símbolo de “suerte, éxito, fortuna y prosperidad. En China, por ejemplo, el rojo representa la felicidad, la buena suerte y la bonanza, razón por la cual los regalos monetarios tradicionalmente se entregan en sobres rojos”. (Pressman, 2019. Parr.8)

Este color ha sido importante para la humanidad desde sus orígenes en la prehistoria, como pigmento para sus representaciones en donde relacionaban a este color, como observa Pressman (2019), como el “del fuego y la sangre” (parr.8)

Mientras que, en la actualidad, en México, el color rojo es utilizado en gran medida para “señales informativas de emergencia” (2002, p.9), como está estipulado en la norma oficial mexicana NOM-003-SEGOB/2002<sup>66</sup>, en la cual, también se expresa que este color debe utilizarse en “Señales prohibitivas o restrictivas” (2002, p.14).

Por su parte, el color negro como expone Cordoves, en las sociedades occidentales “es utilizado casi siempre con connotaciones negativas” (2017, p.21) una serie de ejemplos serían las siguientes: “la oveja negra”, “el mercado negro”, “el humor negro”, “la lista negra”, etcétera.

Este color, además se ha asignado “desde los tiempos de la República romana como color que representa el luto” (Rodríguez, 2004, parr.2), y hasta la actualidad ha perdurado este significado en las culturas occidentales.

El color blanco, por el contrario, a pesar de que en China y en India sea el color “relacionado al luto” (Soria-Jiménez, 2018, parr.44), en occidente se asocia con la pureza y la inocencia, así como a la paz, la cual frecuentemente se representa con símbolos de este color como los siguientes: “paloma blanca”, “bandera blanca”, etcétera.

El gris por su parte, está relacionado con la tecnología y las máquinas al ser este el color de muchos de los llamados *metales negros*<sup>67</sup>, *sin embargo*, este color en la actualidad también evoca al pasado, y a todas las representaciones que existen en blanco y negro, como comenta Rodríguez (2017), “al ser como nació la fotografía, [y todas las representaciones visuales que se conservan en la actualidad] nos evoca nostalgia del pasado” (parr.2).

---

<sup>66</sup> <https://www2.sepdf.gob.mx/petc/archivos-alimentacion/NOM-003-SEGOB-2011.pdf>

<sup>67</sup> [https://www.ecured.cu/Clasificaci%C3%B3n\\_de\\_los\\_metales](https://www.ecured.cu/Clasificaci%C3%B3n_de_los_metales)

Por otra parte, la gente suele decir expresiones como, vida o día grises para hacer referencia a la tristeza o el aburrimiento. Sin embargo, como expresión popular, el gris también se utiliza para evocar a la diversidad de matices y posibilidades *-no todo es blanco o negro-*.

Cuadro 20:

**Colores en la construcción social actual**

2020

Color	Connotaciones positivas	Connotaciones negativas
Dorado	Realeza, fortaleza, deidad, poder económico.	
Rojo	Suerte, éxito, fortuna, prosperidad, felicidad, buena suerte, bonanza, prohibición, restricción.	Guerra, agresividad, ira y peligro.
Negro		Connotaciones negativas, luto.
Gris	Tecnología, maquinas	
Blanco	Pureza, inocencia, paz, pasado, nostalgia, diversidad.	Tristeza, aburrimiento

*Fuente:* Elaboración propia (2020)

Aparte del color, a continuación, se abordan el resto de los elementos con los que se conforman estas propuestas gráficas.

**Isologo:**

En este se encuentra el símbolo de corazón, este símbolo creado por artistas de la edad media, basados en los textos griegos<sup>68</sup>, es uno de los iconos universales convencionalizados para representar el amor en todas sus formas.

Otro de los elementos es la representación de una mano cerrada con la palma hacia afuera, mientras el dedo índice y el dedo medio están extendidos al mismo tiempo. Este elemento representa desde la década de 1960<sup>69</sup> uno de los símbolos de paz más populares del mundo además del símbolo de la victoria.

Otro de los elementos es la tipografía, en script y bold. Como argumenta Rodríguez (2015), la tipografía San serif evoca modernidad, seguridad, alegría, neutralidad y minimalismo, mientras que la tipografía script evoca elegancia, afecto, creatividad y seducción (parr.6). Así mismo, el uso de mayúsculas provoca que el mensaje llegue de una manera más dura al lector, ya que a diferencia de las letras en minúsculas las cuales son más rápidas a la lectura, las mayúsculas las leemos de

<sup>68</sup> <https://www.utadeo.edu.co/es/noticia/emisora/emisora-oyeme-ujtl/7451/cual-es-el-origen-del-simbolo-del-corazon>

<sup>69</sup> <https://www.unicef.es/educa/blog/simbolos-de-paz>

manera más lenta por lo poco habituados que estamos a este tipo de lectura ya que “la mayoría de las palabras que leemos están en minúsculas” (Crua, 2016 parr.8). Hablando sobre el uso de minúsculas, Santa María (2014) menciona que estas “hacen brotar una sensación más casual, permitiendo que las empresas se conecten fácilmente con su audiencia meta” (parr.8).

Por último, Las formas orgánicas, de las cuales se constituye gran parte del isotipo que sugieren “fluidez y desarrollo” (Wong, 1979, p.13) denotan así mismo amabilidad y familiaridad.

### **Pendón:**

En los elementos de esta aplicación, se comenzará con la primera palabra diferente a lo ya antes comentado:

*Lealtad: que según la Real Academia de la Lengua Española significa:*

- 1. f. Cumplimiento de lo que exigen las leyes de la fidelidad y las del honor y la hombría de bien.*
- 2. f. Amor y fidelidad que muestran a su dueño algunos animales, como el perro y el caballo.*
- 3. f. p. us. Legalidad, verdad, realidad.<sup>70</sup>*

El siguiente elemento para destacar, es el uniforme de soldado. En el manual gráfico para el uso de uniformes, divisas y equipos del ejército y F.A.M<sup>71</sup> emitido en el Diario Oficial De La Nación, se puede notar que el uniforme color verde olivo de manga corta o larga es un uniforme de gira usado por “el C. General Secretario de la Defensa Nacional, funcionarios de la Plaza Mayor, Ayudantía General y Comandantes de Regiones, Zonas y Guarniciones Militares.” (2013, No.5)

Así mismo, en el manual referido, se da cuenta de que el uso de Arreos en color blanco es para “ceremonias y servicios (cordón de seguridad, siglas, gzné y guantes)” (2013, No.17), cabe destacar que también se declara que el uso de guantes blancos es exclusivo de “Generales, jefes, oficiales, cadetes y tropa en establecimientos de Educación Militar y cuerpos especiales para ceremonias” (2013, No.53)

Por su parte, la bandera de México, según el portal del Archivo General de la Nación junto al “escudo y el himno, representan los valores y la historia de los pueblos. Los cuales, sumados a las

---

<sup>70</sup> <https://dle.rae.es/?id=N2C1OiZ>

<sup>71</sup> [http://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5301972&fecha=11/06/2013](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5301972&fecha=11/06/2013)

costumbres y tradiciones, van creando un sentido de pertenencia a la nación y contribuyen para consolidar nuestra identidad.” (2017, parr.3)

Incluso en este mismo portal se comenta que “La Bandera nacional se debe izar en lo más alto cuando acontecen fechas de celebración solemne” (2017, parr.5), el significado de la bandera nacional lo podemos encontrar en la imagen número 12<sup>72</sup>

Imagen 12:  
**Bandera de México.**  
2015



Fuente: (S, A. 2015)

En el caso de esta bandera en específico, la Mega Bandera se trata de un asta de 100 metros de largo erigida sobre los terrenos del Chamizal, lugar al cual, los juarenses han adoptado como punto de encuentro para convivencias y celebraciones, destacando que, hasta apenas un año antes del inicio de *Amor por Juárez*, era el lugar tradicional para celebrar las festividades del 16 de septiembre, hecho que cambio cuando apenas en 2008, el alcalde de Ciudad Juárez modificó la sede del evento a la ex presidencia municipal, “esto como parte de la recuperación del centro histórico de la ciudad.” (Arriaga, 2008, parr.2).

### **Espectacular:**

En este caso, la nueva palabra involucrada es la siguiente:

Honradez: que en el portal de la Real Academia de la Lengua Española se define como: f. Rectitud de ánimo, integridad en el obrar.<sup>73</sup>

<sup>72</sup> <http://www.banderademexico.net/significado>

<sup>73</sup> <https://dle.rae.es/?id=KdZk7s9>

En cuanto a la persona que levanta la multa en el anuncio, se trata de un oficial de tránsito, persona que debe estar a cargo de que se respeten las leyes viales en la ciudad y de esta manera tener mayor orden en las vialidades para peatones, ciclistas y automovilistas.

Sin embargo, esta figura de autoridad además de ser de la que hay que cuidarse de no cometer un error frente a ellos, es la que menos respeto tiene entre los ciudadanos por la famosa práctica conocida como “mordida” como lo excusa un oficial de tránsito a Universal.com “Lo cierto es que también nosotros tenemos un agente que vigila lo que hacemos; por eso siempre hay abuso de poder de todos lados. Trabajamos turnos de 24 horas y pues la economía si nos ha llevado a la corrupción” (citado por Rosas, 2016, parr.11).

Además de ser conocido por la ciudadanía que a este departamento se le exige cumplir con cuotas de infracciones diarias<sup>74</sup> ante sus superiores, lo cual genera el miedo entre los conductores de ser extorsionados por los mismos agentes de tránsito.

### **Banner digital:**

En esta aplicación se ve una serie de lugares representativos de Ciudad Juárez, sin embargo, únicamente de lo que Almada (2005) en su distribución de las “3 Grandes Ciudades” (2007, p.8) que componen a Ciudad Juárez, llama Ciudad Norte, o de lo que Acosta (2009) llama Zona Norponiente (p.138) (en azul en ambos mapas de la imagen número 13), ninguno de la Ciudad Poniente ni de la Ciudad Sur, o de las otras 5 zonas descritas por Acosta.

Imagen 13:

### **Zonificación.**

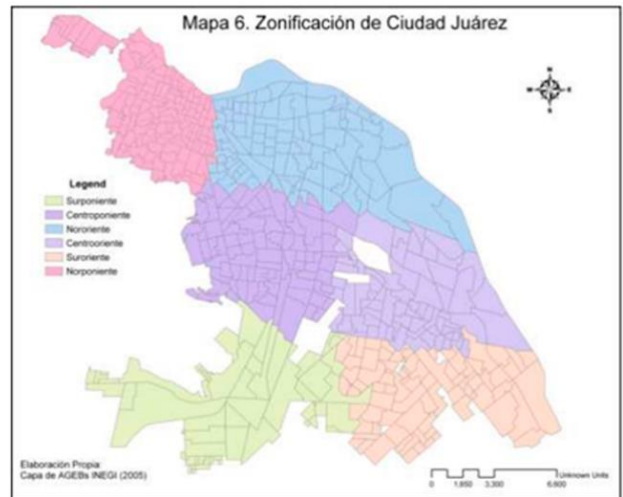
*2007*

---

<sup>74</sup> “El que no lleve infracciones nunca se va a subir a las patrullas, así es que vayan aplicándose”. (Almaraz, citado por S, A., 2018, parr.1)



Almada (2007)



Acosta (2009)

Fuente: (Almada, H. 2007 y Acosta, B. 2009)

En un primer plano, junto al isotipo de la campaña, se puede ver el Monumento a Benito Juárez, ubicado en el primer cuadro de la ciudad, es una estructura inaugurada el 16 de septiembre de 1910 como refiere Rayas (2016) “para la celebración del Centenario de la Independencia de México” (parr.2) y “es parte de un serie de muestras patrióticas del general Díaz, desplegadas con la intención de aminorar su imagen cada vez más impopular” (Rayas, 2016, parr.5).

Esta estructura puede considerarse el monumento más representativo de Ciudad Juárez en el momento de vida de la campaña.

El segundo, es el edificio de la Antigua Presidencia Municipal.

Edificado en 1685 con el objetivo de resguardar a los soldados que “defendían al pueblo de Nuestra Señora de Guadalupe de los Indios Mansos del Paso del Río Grande del Norte de los ataques de los nativos apaches.” (Gamboa, 2017, parr.3), el edificio albergó a más de 200 presidentes municipales a lo largo de su historia<sup>75</sup> hasta 1983, en que José Reyes Estrada mandó construir el nuevo edificio presidencial<sup>76</sup>

Este edificio, incluso albergó la presidencia de la República en 1865 cuando, como apunta Carranza (2015) “Benito Juárez, resguardado por el Batallón de los Supremos Poderes estableció su

<sup>75</sup> [http://puentelibre.mx/noticia/4564-historia\\_de\\_la\\_antigua\\_presidencia/1](http://puentelibre.mx/noticia/4564-historia_de_la_antigua_presidencia/1)

<sup>76</sup> <http://www.renglon.com.mx/nota/55471>

gabinete en el inmueble”. (parr.6). Es entonces este, uno de los edificios históricos más antiguos de Ciudad Juárez.

El siguiente es el monumento a *Los Indomables*, ubicado en el Parque El Chamizal, es la puerta de entrada a la ciudad por medio del Puente Libre, y fue creado por Georgina Farias. Este monumento más allá de su valor estético se ha convertido en un elemento cotidiano de quienes transitan por la zona del Chamizal o se dirigen al vecino país, y representa según Rebolledo (2012), “el temple de la gente del norte para que ya no se les llame “Bárbaros”.” (parr.6)

El tercero, es el edificio que alberga al Museo de Arte de Juárez, Este museo se construyó en 1963, como parte del Programa Nacional Fronterizo (PRONAF).<sup>77</sup>, bajo el diseño arquitectónico de Pedro Ramírez Vázquez<sup>78</sup> y es uno de los recintos culturales más importantes de Ciudad Juárez.

El siguiente es el monumento El Encierro, el cual a pesar de tener su origen en 1958 al ser colocado frente a la Monumental Plaza de Toros de Ciudad Juárez “y que es muy similar a la que el mismo autor (Humberto Peraza) ejecutó y que está a la entrada de la Monumental Plaza México en la capital de la República Mexicana” (S, A. 2014, p.66), a partir del 29 de julio del 2008<sup>79</sup> (apenas un año antes de *Amor por Juárez*) comenzó a adornar la entrada de una tienda Walmart, tras ser derribado el inmueble anterior.

Finalmente, se encuentra el santuario de San Lorenzo, construido en 1830, a pesar de que su historia como oratorio data de hace 335 años<sup>80</sup> ya que, como destaca Aguirre (2015), “la antigua Capilla de San Lorenzo estaba como a 2 kms. al norte, ubicada en el interior del llamado Presidio de San Lorenzo, que fue destruido por una inundación.” (p.47). En este lugar en específico, desde 1993 se celebra año con año la Fiesta Patronal de San Lorenzo, cuya importancia es la dicha Cano (2017): “aunque la ciudad está dedicada a la Virgen de Guadalupe, por devoción de los juarenses, el santo patrono es San Lorenzo” (parr.6), destacando de esta manera como uno de los lugares tradicionales más importantes de Ciudad Juárez.

#### **3.1.2.4 Nivel entimemático**

En este nivel del análisis, se parte de lo visto en el nivel icónico y en el nivel iconológico como lo propone Zavala, involucrando la experiencia cultural de los elementos y los colores, para realizar

---

<sup>77</sup> <https://www.inba.gob.mx/recinto/39/museo-de-arte-de-ciudad-juarez>

<sup>78</sup> Quien ha colaborado en proyectos como El Museo de Arte Moderno de la Ciudad de México, La Basílica de Guadalupe y el Estadio Azteca <https://www.inba.gob.mx/recinto/39/museo-de-arte-de-ciudad-juarez>

<sup>79</sup> <https://www.larednoticias.com/noticias.cfm?n=13194>

<sup>80</sup> [http://diario.mx/Local/2017-08-05\\_2a7463e9/san-lorenzo-se-viste-de-fiesta/](http://diario.mx/Local/2017-08-05_2a7463e9/san-lorenzo-se-viste-de-fiesta/)

aseveraciones sobre la intención que se tenía al realizar el diseño de las propuestas gráficas. Sin embargo, una vez finalizado esto, se abordan los resultados obtenidos en las secciones del cuestionario aplicado, en las que se hace referencia a los elementos del isologo y lo que los participantes consideraban que estos elementos querían decir.

### **Logotipo**

Como se vio en la imagen número 11, la imagen gráfica de la campaña se compone en primera parte por un isotipo que representa una mano compuesta por un símbolo de corazón simulando ser la palma, y cinco elementos de color dorado, simulando ser los dedos. Tres de estos están cerrados hacia afuera de manera que abrazan al corazón mientras que los dos dedos restantes (índice y central) están extendidos hacia arriba, lo cual como ya se mencionó, representa universalmente la paz y al ser el corazón el símbolo universal del amor es entonces que, este isotipo representaría, según lo expuesto anteriormente, como la paz se logra al abrazar un sentimiento de amor, un amor, intenso y profundo como lo refiere el color rojo.

El color dorado en el isotipo reforzaría el carácter de lujo y de riqueza que pueden llegar a brindar el amor y la paz, y como esta paz, se acrisola por los años, es además, en conjunto con este color una paz que brindaría alegría, emoción y libertad a quienes la experimentan, sentimientos que no solo se rescatan del uso del color dorado, sino de la incorporación de un elemento circular entre los dos dedos extendidos que en conjunto, simulan una representación abstracta de una persona con los brazos abiertos.

El isotipo expresaría entonces, que, como individuos, abrazar un amor intenso nos brinda una paz de gran riqueza espiritual, capaz de llenarnos cada vez de una mayor alegría y felicidad.

Los elementos tipográficos que componen el isologo son en primera instancia dos palabras escritas en mayúsculas y en una tipografía sans serif, con esto se lograría mayor impacto en el lector y son en las que más se presta atención, ya que como se mencionó anteriormente, las mayúsculas son en las que dedicamos mayor tiempo de lectura. Estas palabras son *Amor* y *Juárez*, y están representadas en un color negro, Heller afirma que el uso del color negro resta de protagonismo al elemento en cuestión con lo cual el elemento lingüístico pasaría a ser de anclaje para reforzar el mensaje, sin robar protagonismo al propio isotipo.

Estas dos palabras, las cuales están separadas en un renglón cada una, están unidas por una tercera palabra, escrita en minúsculas en una tipografía script, como ya se mencionó, ambas cualidades

ofrecerían una lectura más rápida además de brindar de afecto el mensaje y una mayor conexión con el público meta. Esta palabra está representada en color gris, con el cual se suavizaría la rigidez de los elementos anteriormente descritos, pero sin restarles su propia jerarquía.

Es de esta manera que, los elementos tipográficos del isologo acotarían el mensaje brindado en el isotipo, mostrando entonces que ese amor intenso del que se habla es un amor hacia Ciudad Juárez y un amor cuya paz y alegría resultante puede ayudar a la misma ciudad y llevar a la victoria sobre las adversidades existentes.

### **Pendón:**

En la imagen se puede apreciar a quien, por el color de su uniforme, pudiera ser un comandante de una guarnición militar en Ciudad Juárez en la celebración de una ceremonia a decir por el color de sus arrears y sus guantes de gala. Esta celebración se lleva a cabo en el terreno donde se encuentra ubicada la Mega Bandera, un lugar que como se mencionó en párrafos anteriores, es de gran importancia festiva y de esparcimiento para los juarenses, además de tener una marcada carga patriótica por su origen y monumentalidad. Dicha celebración se lleva a cabo en un día normal, soleado y tranquilo que pareciera simular la paz buscada en la campaña.

En los elementos tipográficos que encontramos en el primer plano, se lee de color rojo “Amor por Juárez es”, y de manera posterior, de color blanco y en minúsculas, se lee la frase: “es Lealtad”, una lealtad que, por el resto del mensaje visual, hace referencia a las leyes, y a los ideales de la República, al respeto por la autoridad y por nuestros símbolos patrios.

Después, de manera inmediata se puede leer: *y tú ¿qué estás haciendo?*, también en minúsculas y en color blanco. Es entonces que en esta última frase podríamos encontrar una invitación muy suavizada, para buscar el amor y la paz en la ciudad. En esta ocasión, respetando a las autoridades y las leyes mismas.

### **Espectacular:**

Un oficial de tránsito levantando una multa en una calle tranquila que no es ni siquiera una avenida principal, por el contrario, es un vecindario de calles pequeñas, en donde un árbol de un lado de la calle da sombra a la pared del otro lado. Esto denota que la infracción se está llevando de manera tranquila, por una omisión menor a las leyes de tránsito del municipio, y en donde ambas partes están cooperando en completa paz.

Las dos palabras que destacan en esta ocasión son: *es Honradez* (se representa el uso de minúsculas y mayúsculas igual que en la aplicación), que se encuentran en una composición parecida a la descrita en el caso del pendón, de color blanco y en minúsculas, seguidas de las palabras en rojo.

Si recordamos el significado de la palabra Honradez podemos ver que hace referencia a la ética y la rectitud en el desarrollo de cualquier actividad, es entonces que en esta imagen entendemos que el mensaje sería para ambas partes, respetar las leyes de tránsito, respetar a la autoridad, pero también como autoridad, respetar tu trabajo y a la ciudadanía, esto como una de las llaves para demostrar el amor a la ciudad y así, aportar en la búsqueda de lograr la paz.

Posteriormente tenemos la misma invitación amable y suavizada: *y tú ¿qué estás haciendo?*.

### **Banner:**

Vemos el isotipo de la campaña en solitario de lado izquierdo, mientras que, a su derecha, está una fotografía a color del *Monumento a Benito Juárez*, que para el 2009 era considerado el más importante de Ciudad Juárez.

En otro plano vemos 5 lugares más, históricamente importantes de la zona norte de Ciudad Juárez, todos ellos con una opacidad que los fusiona con el fondo dorado.

Recordamos que el color dorado por su relación con el oro evoca a una riqueza que no es precisamente económica, más bien una riqueza de diversas cualidades, y el color blanco por su parte, representa paz y tranquilidad.

Entenderíamos de esta manera, a los espacios históricamente importantes de Ciudad Juárez como la riqueza, que fluye por medio de la paz y todos los atributos del abundante color blanco, y veríamos entonces que, a la par de la victoria y alegría que se logra por medio del amor a la paz y a Ciudad Juárez, está la disposición de esta riqueza. Uno de los beneficios más de amar a Ciudad Juárez.

Por medio de la primera parte del análisis basado en el modelo de Zavala, este es el mensaje que se considera, se pretendía hacer llegar al público juarense al momento de diseñar el isologo y las aplicaciones gráficas seleccionadas, sin embargo, queda la interrogante ¿Qué fue con lo que el juarense se quedó realmente de estas propuestas gráficas?

Ante esta interrogante se rescata lo siguiente: una vez que se aplicó el cuestionario a distintas personas de Ciudad Juárez, una persona por cada una de las zonas delimitadas por Almada<sup>81</sup> se obtuvieron como resultados a la segunda pregunta de este cuestionario, en la que se pide al participante dibujar el logotipo de *Amor por Juárez* sin previa búsqueda, los datos mostrados en la imagen número 14.

Imagen 14:

**Dibujos de Amor por Juárez.**

2019

---

<sup>81</sup> Almada, H. (2007) *La Realidad Social de Ciudad Juárez, Análisis Territorial*. Ciudad Juárez, México: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.



Fuente: (Almada, H. 2007).

En cuanto al tema del color, en estos resultados se pudo notar que ninguno de los participantes recordaba ni el color dorado, ni el gris como elementos involucrados en el logotipo de

*Amor por Juárez* y de estos mismos participantes, únicamente el 14 por ciento recordaban el uso del color negro, mientras que el 50 por ciento si recordaba el uso del color rojo en la imagen.

Cabe destacar que el 35.7 por ciento de las personas participantes, refirieron recordar el color blanco en el logotipo, cuando en realidad este color estuvo presente como color importante en otras aplicaciones y en el logotipo en su versión en negativo, sin embargo, no estuvo presente en la versión original del mismo.

Además, se comentaron también otros colores tales como el crema, verde, azul y naranja, los cuales no tuvieron presencia en el logotipo, ni relevancia en la campaña en general.

De manera posterior, en la pregunta en la que se solicita describir los elementos que componen la imagen, una vez que está ya fue mostrada por un tiempo limitado, se notó que muchas personas continuaron sin recordar el color dorado en el logotipo, este color únicamente fue recordado por el 14 por ciento de los participantes y en algunas ocasiones fue sustituido por otros, como el amarillo, el beige y un tono de piel, mientras que el color gris no fue mencionado ni una sola vez.

Por otra parte, únicamente el 28.5 por ciento de los participantes pudo enunciar el color negro en esta ocasión, mientras que el color blanco continuaba en la mente del 21.4 por ciento de los participantes.

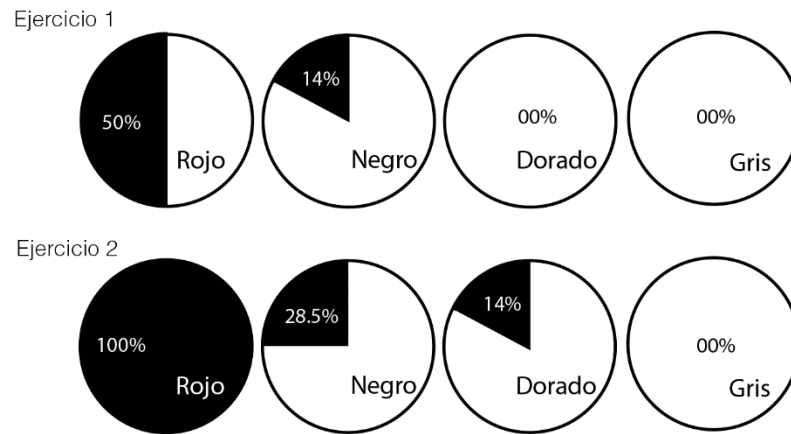
Cabe destacar que, el color rojo es el que más se mantiene vigente en la mente de los participantes y después de la segunda actividad, incluso el 100 por ciento de los participantes lo mencionó como color involucrado en el logotipo.

Y finalmente, de nuevo se comentaron colores que no estaban presentes en la imagen mostrada, tales como el verde y el café.

Se podría decir ante estos resultados, que, además del color rojo y a pesar de su carga cultural y toda la información teórica mencionada de manera anterior, el color gris, el negro y el dorado no tuvieron relevancia en el mensaje que se pretendía hacer llegar con el isologo de *Amor por Juárez* y en realidad fueron pasados por alto por los habitantes de Ciudad Juárez.

Es importante destacar también que, en este punto, hubo participantes que respondieron que el color rojo representaba el amor, mientras que el color blanco representaba la paz, es un dato interesante que la aparición de este color en las respuestas de los participantes pudiera haberse dado por relación al concepto de paz y no en viceversa.

Gráfica 4:  
**Resultados de los colores.**  
 2019



Fuente: Elaboración propia (2019).

En cuanto al resto de los elementos del isologo, los más recordados fueron, el símbolo de corazón, mencionado por el 57 por ciento de los encuestados, y los dedos hacia arriba, los cuales fueron representados por el 50 por ciento.

Es destacable que únicamente el 35.7 de los encuestados representaron la frase *Amor por Juárez*, y más destacable aun, es que, de ese porcentaje, el 80 por ciento utilizara una equis en lugar de la palabra *por*.

Por otro lado, en cuanto al elemento circular que permite que se dé forma a una persona con los brazos abiertos en el isologo, no fue comentado por ninguno de los participantes.

Otro elemento presente en el isologo es la mano que, con tres dedos, abraza al corazón. En el 68.2 por ciento de los cuestionarios fue representada una mano, sin embargo, con marcadas variaciones entre ellas, por ejemplo, las siguientes: En el 14.2 por ciento de las participaciones, esta mano solamente era representada por los dedos que hacen el signo de la paz (índice y medio), otro 14.2 de las participaciones representaron una mano totalmente extendida y únicamente el 21.4 de los encuestados mostraron recordar la mano abrazando al corazón. Otras representaciones fueron la de tres dedos formando la mitad del corazón, y la de un contorno abstracto de una mano.

Este mismo caso ocurrió con el elemento tipográfico, el cual, el 35.7 por ciento de los encuestados lo omitió, mientras que un participante lo modificó por la palabra “Jrz”.

Hasta este punto, lo que realmente recordaban los participantes era una mano en la que de alguna u otra forma se involucra o representa a un corazón y el dedo índice y medio extendidos hacia arriba.

Después del ejercicio en el que los participantes debían ver el isologo real por unos segundos los resultados obtenidos fueron los siguientes.

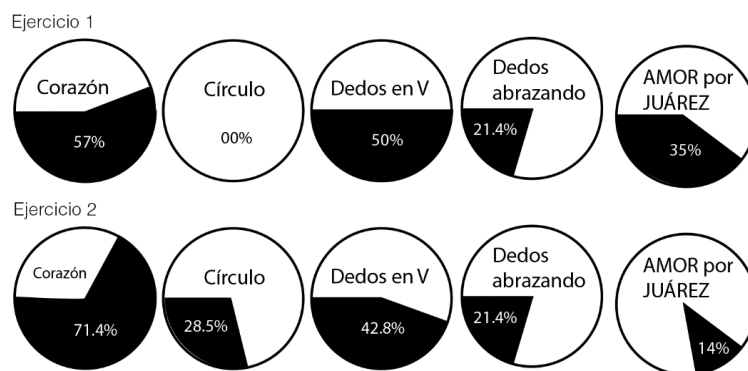
El elemento del corazón fue mencionado por el 71.4 por ciento de los participantes, entre los cuales, hubo quien mencionó que este elemento estaba en representación del amor.

Los dedos hacia arriba fueron mencionados por el 42.8 de los participantes, sin embargo, en esta ocasión con otros nombres tales como: “paz”, “señal de amor y paz”, “amor y paz”, “signo de paz”, “señal de paz”. Ningún participante mencionó otro significado para esta seña, como la señal de victoria, que se había comentado en párrafos anteriores. Sin embargo, fue muy identificada como representación del amor y la paz.

Cabe destacar que, en esta ocasión, sí fue mencionado el elemento circular por el 28.5 por ciento de los participantes, entre los cuales, hubo quienes lo identificaron como “una persona”, “un mono con manos alzadas” o un “ciudadano”.

Por su parte, la frase *Amor por Juárez* solo fue mencionada por el 14 por ciento de los participantes, además una persona menciona la frase “Viva Juárez” en su lugar.

Gráfica 5:  
**Resultados en las formas.**  
2019



Fuente: Elaboración propia (2019).

Es entonces que, hasta este punto, se podría decir que los ciudadanos encuestados relacionaban el logotipo con el amor y la paz por medio del símbolo creado con las manos abiertas,

y con el corazón que estaba presente en la mano o con la mano, además, de reforzar esta idea con el color rojo y el color blanco, que, aunque este último no fuera un color principal en el isologo, se encuentra presente en la memoria de los participantes.

Es importante destacar, que, los participantes ni siquiera mostraron relevancia en el color de la tipografía, si esta se trataba de mayúsculas o minúsculas o si era su versión en bold, regular o cursiva.

Además de que, algo que tampoco resultó relevante para los participantes, fue la acción que estaba realizando la mano representada, además del signo de amor y paz, ni tampoco fue mucha la relevancia del ciudadano con los brazos arriba.

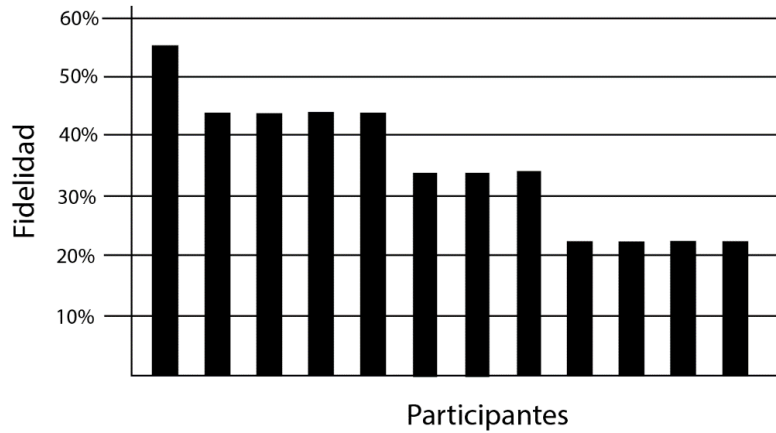
En esta ocasión, el nivel entimemático se cuestionó a los participantes de la siguiente manera: *¿Qué representa esta imagen?* Y ante esta pregunta se obtuvieron respuestas relacionadas hacia el amor a la ciudad, así como el amor entre unos y otros, todo esto como respuesta a los tiempos de violencia que se vivían, como lo comenta uno de los encuestados “el amor es lo que nos conducirá a la paz local.”

Es entonces que, se asume que en ese momento los habitantes de Ciudad Juárez no tenían un recuerdo claro de la campaña, de hecho, el 21.42 por ciento de los participantes no la recordaban en lo absoluto, sin embargo, quienes si la tenían aun en la memoria coincidieron en que su propósito era unir a los juarenses y hacer una contraparte a los tiempos difíciles que vivía la ciudad en ese momento.

A continuación, se muestran dos gráficas sobre el nivel de pregnancia que presentó el isologo de *Amor por Juárez* en la mente de los encuestados, tomando en consideración los 9 elementos encontrados en el nivel icónico y el nivel iconológico (persona con los brazos extendidos, dedos extendidos en v, corazón, mano abrazando al corazón, frase *Amor por Juárez*, color rojo, color dorado, color negro, color gris).

Gráfica 6:  
**Nivel de fidelidad del logotipo en el primer ejercicio.**  
2019

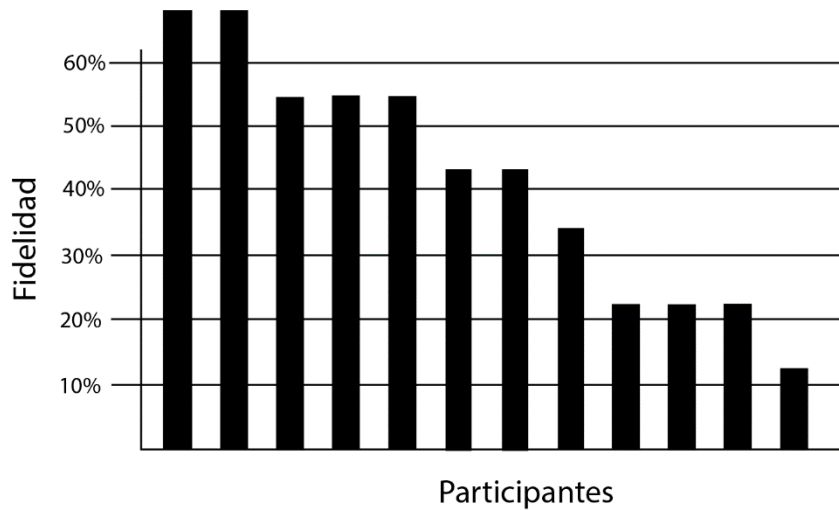
Primer ejercicio



Fuente: Elaboración propia (2019).

Gráfica 7:  
**Nivel de fidelidad del logotipo en el segundo ejercicio.**  
2019

Segundo ejercicio



Fuente: Elaboración propia (2019).

### 3.1.3 Descripción macro pragmática

#### 3.1.3.1 Posibilidades de resemantización.

¿Cuáles son las posibilidades de que el mensaje que se busca hacer llegar al público no llegue de la misma manera en que fue planeado? La respuesta a esta interrogante es la que Zavala propone en el desarrollo de este nivel del modelo de análisis, sin embargo, también surge la interrogante ¿y si la propuesta gráfica y sus derivados fueran rechazados por el usuario?

Para comenzar con este punto, se hablará sobre el isologo en solitario, en este, como se mencionó en párrafos anteriores, podría no ser muy fácil que se entienda la relación entre la palabra *Juárez* y la representación simbólica de una persona como medio para hablar del juarense como protagonista del isologo, y entonces, si se habla de *Amor por Juárez* podrían nacer las interrogantes: ¿y en que se beneficia al habitante de la ciudad? ¿Se habla de un amor por el espacio? ¿Amor por la organización social de la ciudad? ¿Es una campaña con fines políticos?.

Incluso cabe destacar que uno de los encuestados mencionó que el color dorado y el color rojo le recordaban al “colorido de las obras publicas de esos años y el partido que gobernaba”.

Por otro lado, el amor es un sentimiento universal, sin embargo, es importante destacar que, si hablamos de una lectura rápida del isologo sin mayor apoyo visual, esta palabra y su representación simbólica podrían quedar abiertas a interrogantes básicas como las siguientes: ¿A qué se refiere específicamente con amor? ¿Qué clase de amor?

Es importante destacar, que, en la misma lectura rápida, no sería fácil decodificar el mensaje que contiene la imagen, que como se ha dicho de manera anterior, es el siguiente, “la victoria del juarense se logra por medio del amor a la paz y a la ciudad”. Y esto quedó demostrado en el ejercicio en el que se solicitó describir la imagen después de verla por unos segundos y en donde, más allá del amor y la paz hacia la ciudad, no hubo mayor descripción de dicho mensaje.

Además, recordemos que Ciudad Juárez en un lugar donde confluye una diversidad de habitantes con distintos orígenes, y que además en esta región existe una concentración de población flotante ¿También es para ellos la campaña? ¿De alguna manera, no existe exclusión en el isologo?

En cuanto a las aplicaciones que acompañaban al isologo en la campaña se tienen las siguientes posibilidades:

**Pendón:**

En párrafos anteriores se mencionó el impacto que tuvo la llegada de las fuerzas militares y federales a Ciudad Juárez, el cual no fue del todo positivo, siendo incluso considerado por algunos juarenses como parte del problema que vivía la ciudad junto con los elementos municipales<sup>82</sup>, incluso para el mismo año 2009, “la CEDH Chihuahua, [había] obtenido más de 60 quejas contra el Ejército”. (S, A, 2009, parr.22).

Esto representa un serio problema para los propósitos de la campaña, la cual coloca un elemento que no representa los intereses de los juarenses, como icono que represente a estos mismos, de esta manera, más que una resemantización del mensaje esto podría provocar la descalificación de la campaña por los habitantes de Ciudad Juárez y cierto repudio hacia ella por parte de quienes hayan sido víctimas de algún delito cometido por las fuerzas policiacas "Estamos cansados de vivir en el infierno. Las cosas sólo han empeorado desde que llegó el Ejército" (citado por S, A. 2009, parr.2) respondía un empresario anónimo de 53 años en entrevista para Causa Abierta.

Imagen 15:

### **Rechazo a militares.**

2010



---

<sup>82</sup> “Sin embargo, la falta de agentes policiales se agradece ante los hechos criminales cometidos por parte de los mandos policiacos, que han puesto en duda la estructura del poder político y económico en Juárez: desde marzo de 2008 y según el propio presidente municipal priista, 600 elementos fueron destituidos, 200 se encuentran bajo sospecha de tener nexos con el crimen organizado, 334 fueron despedidos por reprobado el examen de confianza, 150 renunciaron y 220 solicitaron prejubilación para evadir dicho examen.” (S, A. 2009, parr.12)

Fuente: (S, A. 2010).

Imagen 16:  
**Rechazo a militares II.**  
2010



Fuente: (S, A. 2010).

Este sentimiento de rechazo parece crecer cuando el mensaje dice “y tú ¿qué estás haciendo?” como una interrogante que, a pesar de estar en ese color blanco que busca representar la paz, en conjunto con el símbolo negativo del militar podría considerarse una pregunta irónica, e incluso retadora.

### **Espectacular:**

Las fuerzas municipales no quedaron exentas de estas acusaciones, y agregando que los oficiales de tránsito como se mencionó en párrafos anteriores contaban con fama de extorsionar a

los ciudadanos para cumplir con su cuota diaria de infracciones ante sus superiores, el resultado posible es muy parecido al de la aplicación anterior.

Un elemento que debe representar la ley y las cosas bien hechas, pero por el contrario para el juarense (o al menos parte de ellos), es considerado como un símbolo de corrupción y que incluso evoca miedo y desconfianza. Puede hacer que el mensaje sea rechazado de inmediato.

Y más cuando la palabra que más se lee después de ver la imagen del oficial de tránsito es: *Honradez*. Como una muy marcada antítesis irónica capaz de despertar molestias en los juarenses. A lo cual se suma que esta aplicación también cuenta con la pregunta “y tú ¿qué estás haciendo?”

Un punto importante más es que, la tranquilidad representada en el tercer plano de la imagen por medio de la calle solitaria y la sombra del árbol podría ser considerada de otra manera.

Recordemos que en el 2009 los habitantes de Ciudad Juárez tenían miedo de salir a la calle como dice Dulce de apenas 8 años “me siento insegura afuera de casa. En la esquina se ponen *cholos* y los soldados andan también aquí en la colonia. Nos protegen, pero nos dan miedo” (citada por Solano, 2010, parr.8)

Esto podría hacer que la calle, solitaria y pacífica más bien sea considerada un síntoma del miedo colectivo existente en Ciudad Juárez en esa época.

### ***Banner:***

En esta aplicación existe un problema de resemantización muy grande, como se mencionó en párrafos anteriores, los 6 elementos importantes de Ciudad Juárez que se pueden apreciar forman parte solamente de una de las tres grandes zonas de la ciudad, de la zona norte en específico. Quedando sin ser representadas la zona poniente y la zona sur de la ciudad.

De esta manera, podría ser que esta campaña fuera descalificada por quienes viven alejados de estos lugares, o que su dinámica de vida provoque que ni siquiera sean áreas de tránsito o esparcimiento dentro de su cotidianidad. Destacando que, Ciudad Juárez pasó, desde 1994 de ser “una ciudad mono-céntrica a una ciudad policéntrica” (Romo, 2010, p.27) pareciera que esta campaña (en esta imagen) va dirigida únicamente a la región norte de la ciudad, donde se encuentra el antiguo centro histórico.

Cabe destacar que, con el objetivo de saber si los participantes en el cuestionario recordaban alguna de estas tres aplicaciones se incorporó la siguiente pregunta: ¿En qué aplicaciones recuerdas haberla visto? Y los resultados fueron los siguientes:

De las personas que recordaban la campaña, el 45.5 por ciento recordaba haber visto el isologo en calcomanías de vinil adheridos a los automóviles como el de la imagen número 17, el 66.6 por ciento recordaba haberla visto alguna vez en la tele, entre anuncios o menciones en programas y noticieros y hubo quien mencionó haberla visto en camisas, o en bardas por medio de rótulos, sin embargo nadie menciona ni el portal digital, ni las redes sociales de la campaña, así como no se mencionaron impresos en gran formato, como el pendón y el espectacular aquí descritos, la interrogante es: ¿Por qué el juarense no los recuerda?

Imagen 17:

### **Calcomanías en automóviles.**

2019



*Fuente: Elaboración propia (2019).*

#### **3.1.4 Co-texto de lectura.**

Si bien, como ya se ha visto, el isologo de Amor por Juárez fue creado para estar apoyado de otros elementos gráficos en sus distintas aplicaciones. En este caso se abordarán los discursos presentes en las que el isologo fue utilizado en solitario.

Una de las apariciones en solitario que tuvo el isotipo de *Amor por Juárez*, fue en el jersey del Club de Fútbol Indios de Ciudad Juárez, equipo que, para ese entonces, militaba en la primera división nacional de México, el máximo nivel competitivo de fútbol en el país.

La aparición del isologo en este soporte duró desde la presentación del uniforme el viernes 23 de julio del 2009<sup>83</sup>, (3 meses y 21 días después de ser presentada la campaña *Amor por Juárez*<sup>84</sup>) hasta el domingo 25 de abril del 2010, fecha en que el equipo fronterizo jugó su último partido en primera división nacional y al mismo tiempo último partido con este uniforme.

Imagen 18:

### **Jersey Indios.**

2010



Fuente: (S, A. 2010).

---

<sup>83</sup> <https://www.mediotiempo.com/futbol/liga-mx/indios-presento-su-nueva-playera>

<sup>84</sup> [http://borderzine.com/2009/04/amor-por-juarez-sera-el-grito-de-guerra-de-los-juarenses/.](http://borderzine.com/2009/04/amor-por-juarez-sera-el-grito-de-guerra-de-los-juarenses/)

Como puede verse en la imagen Número 18, en esta ocasión no apareció el isologo completo y, por el contrario, se optó por incluir únicamente el isotipo de la campaña, dejando de lado los elementos tipográficos. Una decisión interesante ya que la mitad de los partidos que el equipo disputó fueron fuera de Ciudad Juárez, en lugares donde el isotipo en solitario podría no tener sentido alguno e incluso, confundirse entre el resto de las marcas que el jersey presentaba (todas de empresas lucrativas).

Sin embargo, cabe destacar que, en Ciudad Juárez, el impacto del isotipo en el jersey del equipo no solo se vio reflejado en la exposición que se dio en los partidos de fútbol, sino que esta exposición continuó fuera de las canchas, en las playeras del Club de Fútbol Indios que se volvieron populares entre la ciudadanía, ya fueran productos originales o imitaciones, destacando que con estas últimas se logró una mayor penetración en zonas de menor nivel económico de Ciudad Juárez.

Esta fue una de las maneras en las que la campaña expuso su isotipo de forma más amplia y una de las que mayor duración ha tenido, ya que, aunque el equipo dejó de utilizarlas en el año 2010, aun en el año 2019 se puede ver gente portándola en las calles de la ciudad e incluso en los partidos del actual equipo de fútbol de Ciudad Juárez.

En cuanto a los materiales de su producción, el isotipo, al igual que su versión digital presenta un color rojo sólido obtenido por medio de la técnica de sublimación textil, mientras que el color dorado también conserva su efecto metálico de luces y sombras gracias a la implementación de vinil textil de corte en la prenda, teniendo de esta manera fidelidad y congruencia en el uso del isotipo.

Mientras que el fondo de este tuvo una variación que dependió de la versión del uniforme del equipo. La indumentaria de local y de visita conservaron el color blanco en sus mangas, sin embargo, el tercer uniforme fue en su totalidad de color negro. Además, en este caso el isotipo no conservó la fidelidad que se vio reflejada en sus otras dos presentaciones, ya que, en esta ocasión, el promocional se produjo por medio de una impresión digital en vinil adherida a la prenda, método con el cual además de que los colores no resultaron tan brillantes y diferentes entre sí (entre sólido y metálico), la imagen impresa no tendría el mismo tiempo de vida que el de sus otras variantes.

¿Cuál fue la importancia de esta estrategia?

Al momento en que el isotipo de *Amor por Juárez* fue adherido a la camisa del *Club de Fútbol Indios*, el equipo venía pasando por una racha positiva que le valió el cariño y apoyo de la

afición juarense. En medios nacionales se hablaba de como el pequeño equipo de Ciudad Juárez dejaba fuera de la competencia a los grandes equipos nacionales<sup>85</sup> “De manera heroica, viniendo de atrás y mostrando mucho coraje” (Gutiérrez, 2009, parr.2) en los últimos partidos del torneo de clausura 2009 para finalmente quedarse en la ronda de semifinales.

Este equipo representaba a una escuadra que recién había logrado el ascenso a la primera división y que sin los recursos ni el renombre con el que los grandes equipos contaban, tenía la capacidad de darles competencia y ganarles su puesto en el juego. Además, este equipo representó un respiro a la violencia que imperaba en Ciudad Juárez en esas fechas, como se menciona en el portal mediotiempo.com “indios poco a poco le ha cambiado la cara a una ciudad que huele a miedo [...] el silencio impera en las calles y la tranquilidad fue robada hace muchos años, pero el futbol se ha vuelto un cobijo.” (S, A. 2009, parr.1), Zúñiga (2019) por su parte, comenta que “La gente se brindó en el Estadio en cada partido, era donde se refugiaba ante un momento complicado” (parr.10).

En esos tiempos, en que la ciudad vivía asesinatos diarios con una tasa de 7.5 decesos por día en 2009 y 9.9 diarios en 2010<sup>86</sup> según el semanario Proceso “era un hecho sabido que en Ciudad Juárez “los sábados –cuando jugaba su equipo, *Indios*– descendían notablemente los índices de criminalidad” (Ochoa, 2012, parr.1) como también expresa Roberto Sierra (2019), aficionado juarense quien comenta que “Esto un escape a lo cotidiano, el estadio es un lugar al que puedes ir y convivir con tu familia con, casi, la seguridad de que no va a pasar nada porque la ciudad se paraliza” (citado por Hernández, 2019, parr.2), Sobre esto, Zúñiga (2019) indica que “cada 15 días, con la actividad de los Indios, cesaban los homicidios”, incluso en mediotiempo.com se puede leer lo siguiente: “el domingo pasado cuando indios enfrente a Toluca y se quedó con el pase a semifinales no se presentó ninguna sola ejecución” (S, A. 2019, parr.1).

Resulta entonces muy atinado vincular una campaña que busca impulsar la paz en Ciudad Juárez con lo que sus habitantes consideraban la mayor fuente de paz de la ciudad y entonces el isotipo se convertía en una insignia importante en la camisa de los jugadores, quienes, en ese entonces, eran admirados por chicos y grandes. En ese momento, el isotipo sería portado en el brazo

---

<sup>85</sup> En la última jornada del torneo Clausura 2009, Club de Futbol Indios quien venía de ganar su permanencia en el máximo circuito ante Cruz Azul, ganó un partido que sin pronósticos a favor necesitaba ganar por diferencia de dos goles como mínimo ante el Club Deportivo Guadalajara, equipo que contaba con jugadores de renombre entre los que destaca Javier Hernández, quien después fuera fichado por el Manchester United de Inglaterra. Con un triunfo 3-1 Club de Futbol Indios sacaba del juego al Guadalajara y al América; los equipos más grandes del país y se calificaba a la liguilla por primera vez en su historia.

<https://www.espn.com.mx/futbol/reporte?juegoId=259452>

<sup>86</sup> <https://es.insightcrime.org/noticias/analisis/tasa-de-homicidios-en-juarez-llega-a-su-nivel-mas-bajo-en-cinco-anos/>

izquierdo de quienes representaban y competían de manera deportiva por los colores de Ciudad Juárez.

El equipo de futbol Indios de Ciudad Juárez disputó 17 partidos en Ciudad Juárez y 17 partidos en otras ciudades de la República contra equipos de gran arraigo popular, tales como América, Guadalajara, Cruz Azul, etc. contra quienes no logró sacar resultados positivos durante el tiempo en que el isotipo ya se encontraba en el uniforme. Incluso, en el primer torneo posterior “indios finalizó como último lugar sin ganar ningún partido. [y finalmente] el equipo fronterizo, perdió la categoría en el Bicentenario 2010” (Zúñiga, 2019, parr.17) en el cual solo ganó 4 de los 17 encuentros. Cabe destacar que, en este año, el quipo solo ganó tres partidos en casa.

Si bien, la gente no dejaba de asistir al estadio, el cual aún representaba un respiro de paz para la ciudad, el equipo no permaneció en la máxima competencia y posteriormente desapareció, y con ello el mensaje de *Amor por Juárez* no logró consolidarse en este canal de distribución.

Es entonces que, el mensaje que acompañaba al isotipo en esta aplicación era el de escape y resiliencia, el de un símbolo presente en el oasis de paz que representaba el equipo de futbol y lo que lo rodeaba. Al inicio y presentación de este representaba además un sentimiento de orgullo en Ciudad Juárez, en su entrega y su nivel de competencia a la par de las grandes ciudades del país (aunque esto fuera solo futbolísticamente).

Después de todo, el isotipo era parte del uniforme de batalla de quienes representaban a la ciudad, el cual se portaba con orgullo.

Otra de las apariciones que tuvo el isologo sin mayor acompañamiento de elementos gráficos fue el que se puede notar en la imagen número 19.

Imagen 19:

**Banderas.**

2009



*Fuente:* (Gamboa, A. 2009).

Una de las estrategias que *Amor por Juárez* implementó para mostrar la campaña, fue la de hacer activación en cruceros, en donde, voluntarios ondeaban grandes banderas blancas con el isotipo completo impreso en ellas.

Cabe destacar el simbolismo que incluyen las banderas blancas, las cuales representan la búsqueda de la paz en tiempos de guerra. Al contrario de Heller<sup>87</sup>, Aguirre (2017) argumente que, en tiempos duros, exhibir este símbolo “evidencia una voluntad de entendimiento, un propósito de finalizar las hostilidades con el contrincante. No es necesariamente un signo de rendición, sino una voluntad de diálogo y una propuesta de solución. Al menos así debiera ser” (parr.5). En este caso, es interesante como el mensaje de tregua queda abierto a todo transeúnte que circula por el semáforo en cuestión.

¿Es entonces un cambio de mensaje? ¿Será que el mensaje mutó del de “amar la paz en pro de la ciudad” al de “dejar de atacar la ciudad”? ¿es este un mensaje directo para un contrincante y no para la ciudadanía común?

---

<sup>87</sup> “El significado político más notorio del color blanco es la señal de rendición, quien no quiere o no puede seguir combatiendo muestra una bandera blanca” (Heller, 2004, p.167)

Es cierto que fuera del simbolismo de bandera blanca, también se puede entender este hecho como mera exposición del isologo por medio de banderas sin mayor trasfondo, pero eso no resta que este mensaje pudiera acompañar al original en algunas de las personas que lo recibieron.

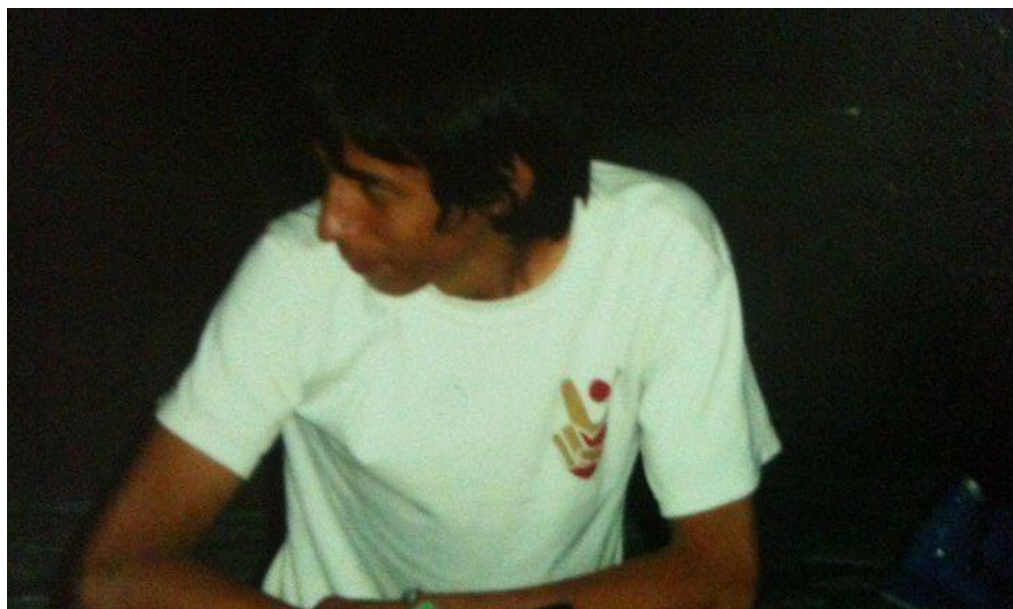
O también podría entenderse a los voluntarios que portan las banderas como parte del público meta, juarenses que están representando a la ciudadanía en general en la búsqueda de la paz lo cual, de haberse rescatado de esa manera, podría representar mayor nivel de confianza y acercamiento en el público.

Por último, otra de las aplicaciones del isologo en solitario fue la que se hizo presente en camisas blancas, las cuales fueron regaladas al público en general por parte de los voluntarios.

Imagen 20:

**Playera.**

2010



*Fuente:* (Elaboración propia, 2010).

En este promocional únicamente podemos ver el isotipo de la campaña con colores sólidos (sin el brillo y la sombra del color dorado), justo en la zona del corazón de la playera totalmente blanca, el mensaje que acompaña a esta aplicación podría ser muy parecido al utilizado en el jersey de fútbol, el del símbolo interiorizado en el corazón, o el grito de guerra que mencionó Serrano en

la presentación de la campaña, la vida de esta aplicación dependió directamente de lo que el usuario durara con dicho producto.

Cabe destacar que ninguno de los participantes involucrados en la encuesta recordó ninguna de estas aplicaciones.

### **Pendón y espectacular:**

Imagen 21:

### **Otras aplicaciones.**

2010



*Fuente:* (Elaboración propia a partir de material de Gamboa, A, 2010).

El diseño de pendón de *Amor por Juárez* fue creado para estar colgado de los arbotantes eléctricos y otras estructuras presentes en las banquetas de Ciudad Juárez como en los anuncios espectaculares. De esta manera, tanto el pendón como el espectacular tenían la cualidad de ser vistos por automovilistas, peatones y usuarios del transporte público. Además, como puede verse en la imagen número 21 estaban presente en lugares públicos, como el Estadio Olímpico Benito Juárez.

De esta manera, estaba involucrado en la cotidianidad juarense, y era vista por todo aquel que transitara la calle, al parecer, con el propósito de convertirse en un icono muy presente en la vida de Ciudad Juárez.

Resulta interesante que, en esos tiempos, otra situación que estaba presente en el tránsito cotidiano de la ciudad era la presencia militar y la actividad policiaca. En Ciudad Juárez en realidad se vivía un ambiente de guerra en la que, además de esto, era muy común presenciar actividades ilícitas o los rezagos inmediatos de las mismas.

Se podría comprender entonces que la campaña y sus aplicaciones cotidianas en el exterior pasara a segundo término y en el peor de los casos, el rechazo a las aplicaciones antes descritas se intensificara.

### **Banner:**

Esta aplicación, por el contrario, era la menos invasiva de todas.

En ese mismo año se fundó la página de Facebook y la página web de la organización de las que actualmente no existe más información (el dominio web no fue adquirido nuevamente y en la actualidad se encuentra libre. Mientras que en la página de Facebook se eliminó la información previa a agosto del 2010, poco más de un año después de su fundación). En la actualidad, el juarense no recuerda su existencia.

### **3.1.4 Contexto de producción.**

Como se mencionó anteriormente, esta campaña nace en los años en que más violencia presentó Ciudad Juárez (2009-2010) derivados de una fallida guerra contra el narcotráfico. Como observa Román:

El sexenio de Felipe Calderón (2006 – 2012) vivió una escalada de criminalidad sin precedentes en el México moderno. Una crisis de legitimidad al inicio de su sexenio lo llevó a declarar una guerra contra el narcotráfico en la que el bando de la gente de a pie fue la que más bajas aportó (*daños colaterales* les llamó el expresidente). (2019, parr.3)

Esto provocó que a partir de marzo del 2009 llegaran a la” ciudad un contingente de 5.000 policías federales y militares” (2009, parr.2)<sup>88</sup> que comenzaron a patrullar la ciudad junto a los elementos militares y policiacos con los que ya se contaba en el municipio. Es por ello por lo que, en Ciudad Juárez se respiraría un aire de acuartelamiento militar, hecho que preocupó más a la ciudadanía quien no notó en estos nuevos inquilinos la solución, como destaca el padre Jesús de la

---

<sup>88</sup> <https://www.elmundo.es/elmundo/2009/03/01/internacional/1235879194.html>

parroquia del Espíritu Santo “Nos mandaron al Ejército, pero ellos no saben cómo imponer la paz, y estamos peor que nunca en la ciudad”. (citado por Hernández, 2009, parr.9).

Aunado a la violencia proveniente del crimen organizado, se sumaban otros tipos de esta, derivados de la falta de orden que existía en la ciudad, tales como el cobro de derecho de piso a comerciantes locales, los asaltos a mano armada, los famosos carjacking<sup>89</sup> entre otros. Ya que, en palabras de Torrea (2009) en Juárez se reflejaba “la ausencia de autoridad en una ciudad militarizada donde la impunidad es el mejor caldo de cultivo para la delincuencia común” (parr.11).

Es entonces que la ciudadanía presentaba miedo de salir a la calle<sup>90</sup>, muchos negocios cerraron, muchos ciudadanos estaban inconformes con las acciones de las autoridades, incluso para diciembre del 2009, a pesar del miedo, algunos juarenses se unieron para manifestarse en contra de los tres niveles de gobierno bajo la insignia de “fuera militares, federales y delincuentes de Juárez”. (Hernández, 2009, parr.2).

Es así como esta campaña (*Amor por Juárez*) es creada en un contexto de violencia extrema, en la ya llamada ciudad más peligrosa del mundo. Ciudad que se encontraba en medio de una guerra en la que los más afectados eran los ciudadanos comunes, quienes nada tenían que ver con el problema y quienes no veían cuando fuera a terminar la pesadilla o si iban a vivir para atestiguarlo.

La campaña tuvo mucha presencia en la ciudad durante el año que estuvo vigente, la gente quería y exigía paz desde antes de que la campaña comenzara y en muchas personas, era incluso el amor hacia su ciudad lo que hacía que no se fueran como es el caso de Blanca Martínez “Me quiero ir de Ciudad Juárez, pero no quiero irme. ¿Por qué me tengo que ir si es mi ciudad, donde conocí a mi esposo, donde construí una familia, donde he vivido feliz entre su gente? Pobre Juárez.” (Citada por Torrea, 2009, parr.36).

---

<sup>89</sup> El delito de robar un auto mientras alguien está en él, usando fuerza física o amenazas. <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/carjacking>

<sup>90</sup> “Las calles están vacías. Sólo pasean los camiones del Ejército. No encuentro a Ciudad Juárez, mi querida Juárez.” (Torrea, 2009, parr.16)

## Capítulo 4

### Resultados

#### 4.1 Introducción

En el capítulo anterior de la presente investigación, con el apoyo del modelo de análisis de diseño gráfico de Lauro Zavala, se realizó un análisis a una muestra de la campaña *Amor por Juárez*<sup>91</sup> representada por tres composiciones gráficas (un pendón, un espectacular y un banner digital) las cuales están representadas en las imágenes 8, 9 y 10.

Dicho análisis se respaldó y contrastó con la información obtenida a partir de un cuestionario aplicado a habitantes de Ciudad Juárez que vivieron en esta misma ciudad entre el año 2009 y el año 2010, años en que la campaña *Amor por Juárez* fue implementada.

Por otra parte, en los dos primeros capítulos (Identidad y Otredad), se realizó una indagación sobre la percepción que tiene el juarense de sí mismo en un contexto sociohistórico en específico (Ciudad Juárez, en el año 2010) y la percepción que se tiene del mismo juarense desde una otredad representada por el resto del país, haciendo énfasis en los factores que influyeron la construcción de dichas percepciones.

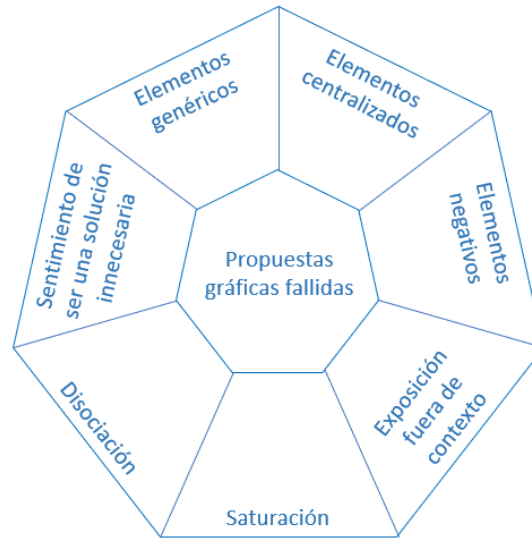
De esta manera, en las siguientes páginas del presente documento, se muestra la relación entre los resultados obtenidos en el tercer capítulo y la información resultante de los dos primeros apartados de la investigación, con la finalidad de localizar las causas por las que no funcionaron las propuestas gráficas que fueron realizadas con el objetivo de fomentar el arraigo en Ciudad Juárez en el año 2010.

A continuación, se enlistan, como se puede ver en la gráfica 8, las principales causas localizadas en las propuestas gráficas de la campaña *Amor por Juárez*, a partir del presente trabajo de investigación (Utilización de elementos genéricos, utilización de elementos centralizados, utilización de elementos negativos, exposición fuera de contexto, saturación, disociación y la realización de una posible solución innecesaria):

---

<sup>91</sup> *Amor por Juárez*, como caso de estudio, representa a las campañas sociales que, impulsadas por medio de propuestas gráficas, buscaban fomentar el arraigo de los habitantes de Ciudad Juárez hacia esta misma ciudad

Gráfica 8:  
**Problemas localizados.**  
2020



Fuente: Elaboración propia (2020).

## 4.2 ¿Por qué no funcionaron?

### 4.2.1 Utilización de elementos genéricos

Imagen 22:  
**Elementos genéricos.**  
2019



Fuente: Elaboración propia (2020).

En el caso de estudio de esta investigación, probablemente por desconocimiento de los elementos distintivos de los habitantes de Ciudad Juárez, se optó por elegir elementos genéricos como base de la propuesta gráfica (como se pudo identificar a partir del análisis realizado, en la cual, se logró notar que lo que permanece más en la mente de los juarenses son los elementos que se pueden ver en la imagen 22: el símbolo universal del amor y el símbolo universal de la paz, junto con el color rojo y el color blanco, los cuales tienen las mismas connotaciones para los juarenses que las formas antes mencionadas, según los datos obtenidos en dicho análisis).

Si bien es cierto que estos elementos fueron a los que más atención les prestó el usuario, es destacable también que la fuerza de ellos robó protagonismo al verdadero objetivo de la campaña, (posicionar una imagen positiva de Ciudad Juárez en la mente de sus habitantes). Además de que, al tener estos elementos su propio posicionamiento independiente en la mente de los usuarios, su utilización dificultó la tarea de que fueran vinculados directa y únicamente con la campaña *Amor por Juárez*.

Como pudimos ver en el primer capítulo de esta investigación, la construcción de la percepción que el juarense tiene de sí mismo se crea a partir de diversos elementos, entre los que rescatamos, la construcción histórica, la situación fronteriza, la ubicación geográfica, el contexto sociohistórico, la multiculturalidad que existe en Ciudad Juárez, los referentes espaciotemporales y los referentes culturales, los cuales derivan en rasgos identitarios propios del juarense, entre los que podrían destacar, la cocina local con los llamados burritos que, como Coria comenta, son “la segunda actividad económica más importante de esta frontera.” (2013, parr.1), el uso del lenguaje, que se encuentra influenciado por el *español* y otras mutaciones derivadas de la migración y la situación fronteriza de Ciudad Juárez, los cuales también hablan de la multiculturalidad y la dinámica binacional como rasgo identitario. Estos, entre otros rasgos, entre los que se encuentran los edificios, las estructuras, monumentos, avenidas representativas de Ciudad Juárez, etcétera, son elementos que pueden ser representados de manera visual y de esta manera, ser arraigados rápidamente por el habitante de esta ciudad

La causa de la ausencia de elementos ya arraigados por los juarenses podría ser directamente el desconocimiento de estos mismos. A raíz del capítulo dos de esta investigación, se pudo dar cuenta de que los referentes que representan a Ciudad Juárez fuera de los límites que componen a esta ciudad son escasos, es difícil hablar de monumentos o lugares representativos en esta zona fronteriza más allá de los que hacen referencia a los episodios de violencia, podríamos

destacar por ejemplo a los famosos campos algodonereros y las cruces rosas que se encuentran estrechamente ligados de manera internacional al fenómeno de los feminicidios y que como mencionó Muñoz es “el símbolo oficial de [...] los cientos de *feminicidios* cometidos en esta ciudad, o simplemente un espacio para que los turistas vengan a tomarse la foto al lado de las muertas de Juárez” (2011, p.6), otros referentes conocidos fuera de Ciudad Juárez son la industria maquiladora y la colindancia con el país estadounidense además, del bar Noa Noa<sup>92</sup>, que, a pesar de ser mundialmente famoso, fue derribado en el año 2007, convirtiéndose en estacionamiento y en uno de esos referentes espaciotemporales negativos para el habitante de Ciudad Juárez.

Como se vio en el capítulo dos, además de estos referentes, a través de los medios de comunicación, lo que se difunde sobre Ciudad Juárez es en mayor medida, temas relacionados a la violencia, y a la lejanía que esta ciudad tiene con el centro del país, en medio del desierto como podría verse en el cine estadounidense.

#### **4.2.2 Utilización de elementos centralizados**

La carencia de elementos distintivos de Ciudad Juárez o de sus personas no solo es exclusiva del isologo de la campaña de *Amor por Juárez*, este problema se encuentra presente en casi todas las aplicaciones que acompañaron a dicha estrategia. Dentro de la recopilación de material para esta investigación, únicamente se lograron localizar pocas aplicaciones en las que se representaran lugares icónicos de Ciudad Juárez (las representadas en la imagen 23), sin embargo, estos lugares hacían referencia solo a una parte de Ciudad Juárez, la que Almada llama la Zona Norte lo cual pudo influir en el rechazo por parte de los habitantes de Ciudad Juárez.

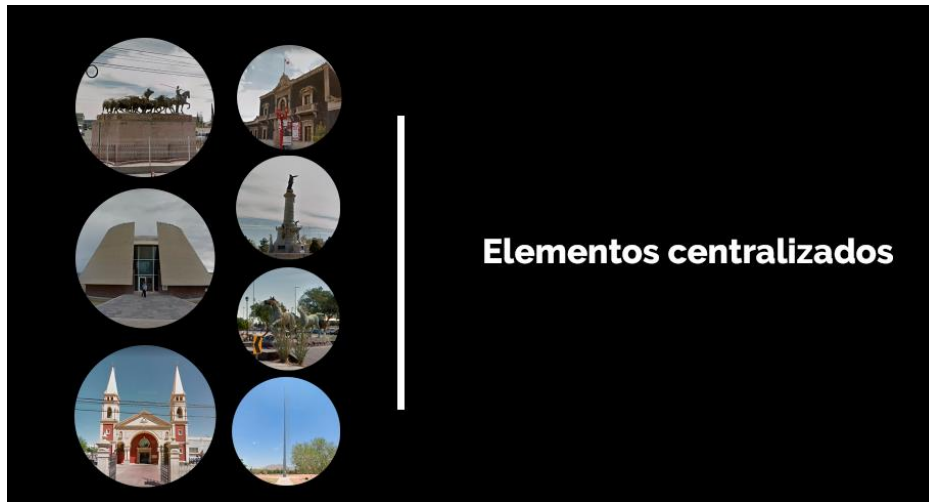
---

<sup>92</sup>Centro nocturno famoso por ser protagonista de la canción Noa Noa del cantante Juan Gabriel, quien fue llamado por quien fuera Secretario de Cultura de México, Rafael Tovar, como “el mexicano más cantado del mundo” (citado por Najjar, 2016, par.3)

Imagen 23:

### Elementos centralizados.

2019



Fuente: Elaboración propia a partir de imágenes de Google Maps (2020).

En el primer capítulo de la presente investigación se mencionó, a partir de las aportaciones de Almada, que Ciudad Juárez se encuentra dividida en tres grandes partes, o como este autor las denomino “3 grandes ciudades” (Almada, 2007, p.8) las cuales tienen diferencias muy marcadas, entre las que se encuentran, la densidad poblacional (la cual es considerablemente menor en la Ciudad Norte, que en las otras dos<sup>93</sup>), así como la desigualdad de oportunidades educativas, laborales, económicas<sup>94</sup> y de otras índoles. Almada menciona que es la Ciudad Norte en la que existe una mejor infraestructura y utilización de recursos públicos, además de que, como se muestra en el *Boletín Observatorio de Seguridad y Convivencia Ciudadana de Ciudad Juárez*, “[...] del total de homicidios en 2009, el 25 por ciento se localizaron en una veintena de colonias” (S.A, 2010, p.11), las cuales se encontraban en mayor medida en la Ciudad Poniente y en la Ciudad Sur, lo cual se puede ver en la imagen 24, que representa las muertes por homicidio del año 2010, en el cual “disminuyó al 17 por ciento” (p.11) el número de muertes repartidas en solo 20 colonias.

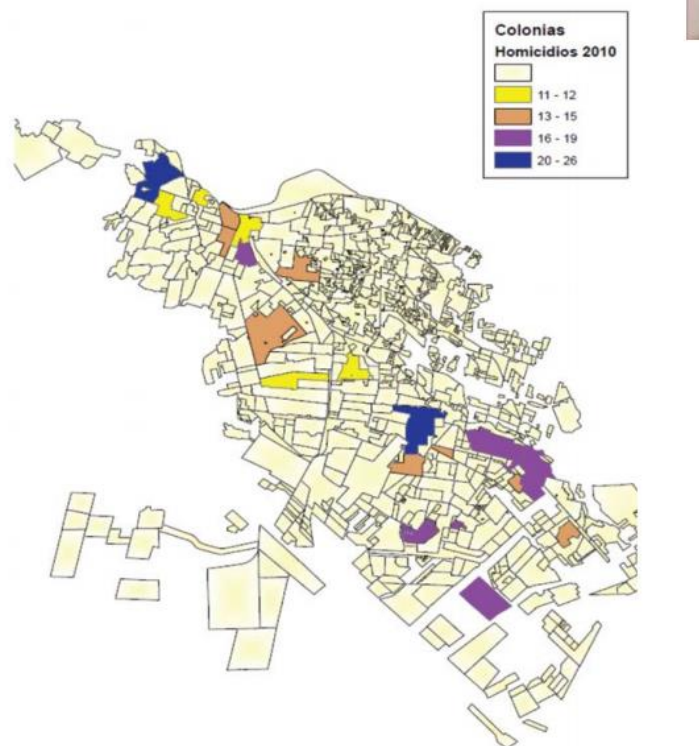
Imagen 24:

<sup>93</sup> En el libro, *La Realidad Social de Ciudad Juárez*, Almada comenta que la Ciudad Norte alberga el 18.8% de la población total de Ciudad Juárez, mientras que la Ciudad Sur el 38.7% y la Ciudad Poniente el 42.6% (Almada, 2007, p.18)

<sup>94</sup> “Esta situación es distinta en la Ciudad Norte, donde apenas el 24% de la población se encuentra en ese nivel [ganando menos de dos salarios mínimos], de la Ciudad Sur, donde la proporción sube al 41% y sobre todo de la ciudad poniente en la que el 53% gana menos de dos salarios mínimos” (Almada, 2007, p.48)

## Mapa de homicidios.

2010



*Fuente:* Observatorio (2010).

### 4.2.3 Utilización de elementos negativos

Por otra parte, para la distribución de la campaña a lo largo de diversos canales, se utilizaron elementos que, bajo el contexto que se vivía en Ciudad Juárez en ese momento, eran rechazados por los habitantes de la ciudad, en la imagen 25 se representan dos de ellos, un militar como símbolo de lealtad y un oficial de tránsito como representante de la honradez.

Imagen 25:

## Elementos negativos.

2019



*Fuente:* Elaboración propia (2020).

Como se identificó en el primer capítulo, uno de los factores que influyó en construcción de la identidad del juarense en la época de la guerra contra el narcotráfico, fue la violencia, y a raíz de esta, se tenía a la angustia como un factor importante en la cotidianidad del juarense durante los primeros años de dicha guerra, la angustia, como refieren Salazar y Curiel (2012) “es un temor que carece de referentes concretos que permitan ubicarle” (p.134) y que, como ellos mismos hacen referencia, se convierte en miedo cuando el individuo reconoce en alguien o algo la fuente de peligro.

De esta manera, además de los sicarios<sup>95</sup>, los pandilleros, los mendigos o los “cholos”<sup>96</sup>, el juarense identificó esta amenaza en las fuerzas policiacas y militares que llegaron a hacer frente al narcotráfico en Ciudad Juárez, entre los que se encontraban las fuerzas municipales (oficiales de tránsito y policía municipal), fuerzas estatales y federales.

Salazar y Curiel comentan que, cuando el individuo tiene miedo y no angustia, este miedo pasa a ser parte de la cotidianidad, lo interioriza y busca la supervivencia, esto último se puede ver reflejado en las palabras de un par de operadores de la industria maquiladora entrevistados por estos autores “No sé qué está sucediendo en la ciudad [...] todos los días hay muertos, asesinados en las calles. Tenemos muchos soldados y policías y siguen los muertos, creo que detrás de los homicidios están los soldados” (Salazar y Curiel, 2012, p.136) “Si alguien toca a la puerta, prefiero no abrir, no

<sup>95</sup> “Con todo esto del Chapo y del hijo del Chapo, que se vienen todos a matar, los sicarios y todo eso, pues se vuelve bien insegura la ciudad... (Joven universitario)” (Salazar y Curiel, 2012, p.135)

<sup>96</sup> “Yo, cuando voy en la calle, en el carro, no abro la ventana, menos con los que están en los cruceros pidiendo ayuda, son puro malandro que te quieren hacer daño (Joven universitario)” (Salazar y Curiel, 2012, p.135)

sean los soldados, federales, o los que andan matando gente nomas por andar en la calle...” (p.121)

Es difícil saber si la percepción que tiene el habitante de una ciudad hacia ciertos elementos es positiva o negativa cuando se trabaja desde fuera de esta misma ciudad. Podría hablarse entonces de desconocimiento por parte de una otredad, posiblemente localizada en el centro del país, que no conoce el sentimiento de rechazo que tuvieron en ese entonces los habitantes de Ciudad Juárez ante estas figuras de autoridad y supone que en esta ciudad son considerados como elementos positivos.

Cabe destacar que dichos elementos estaban acompañados, como se mencionó en el capítulo anterior, de frases que reforzaban ideas que no concordaban con el contexto real de Ciudad Juárez, como la alusión de que el amor a esta ciudad se logra por medio de la lealtad, teniendo como elemento principal de la composición a un elemento superior del ejército, o la referencia de que la honradez es una forma de amar a Ciudad Juárez, de igual manera, con un elemento de tránsito como elemento dominante de la composición en mención. Estas discordancias entre el mensaje y la realidad pudieron ser tomadas por las personas que vivían el problema de manera directa como una sátira ofensiva o simplemente, pudieron fomentar que el juarenses creara un muro de rechazo hacia ella inclusive hasta de manera inconsciente.

#### **4.2.4 Exposición fuera de contexto**

Otro aspecto importante, es el contexto de difusión en el que se desarrolló la estrategia estudiada.

A partir del análisis de la campaña se pudo observar que, a pesar de contar con exposición por distintos canales de difusión, esta estrategia, encontró como mayor forma para hacerse visible entre los habitantes de Ciudad Juárez, un amplio sistema de distribución y exposición en las principales avenidas de la ciudad, así como en los principales lugares de esparcimiento de esta localidad.

Es de esta manera que posiblemente la gran exposición no fuera un factor de gran relevancia ante un contexto en el que las personas buscaban a cada momento la supervivencia, en una ciudad que se encontraba en medio de una guerra, lo cual se puede ver representado en la imagen 26, en donde se muestran algunas fotografías de avenidas en las que se encontraban algunas aplicaciones de *Amor por Juárez* junto a calles y lugares sin mucha afluencia.

Imagen 26:

**Elementos fuera de contexto.**

2009



*Fuente:* Elaboración propia a partir de material de Google Maps (2020).

Hablamos en párrafos anteriores, de cómo la situación socio histórica es un referente importante en la construcción de la identidad, y como a raíz de esto, el juarense se caracterizaba por vivir con miedo en los años en los que la estrategia *Amor por Juárez* estuvo en funcionamiento, en este tiempo el juarense buscaba la supervivencia y exponerse lo menos posible a los peligros del exterior, como lo relató una estudiante universitaria para Salazar y Curiel (2012):

Yo ahora salgo con miedo de casa, me da mucho miedo, me da mucho miedo salir de mi casa y no regresar... lo único que puedo decir es que no hay nada que nos asegure que no nos va a pasar. Hay que prevenir, hay que mantener un perfil bajo... Debemos fijarnos bien con quien convivimos día a día, a quien saludamos. Debemos limitarnos socialmente... (p.121)

El siguiente ejemplo también se trata de una estudiante universitaria entrevistada por Salazar y Curiel:

No solo nos robaron nuestras pertenencias, nos robaron nuestra calma, nuestra tranquilidad, nos atemorizaron... Ahora andamos con bastante precaución, más alertas, no confiamos ni en el vecino, porque tiene poco de haber llegado y preferimos no entablar comunicación ni con su familia, es feo porque no nos ha hecho nada, pero uno nunca sabe y más cuando te han quitado la tranquilidad y la seguridad... (p.121).

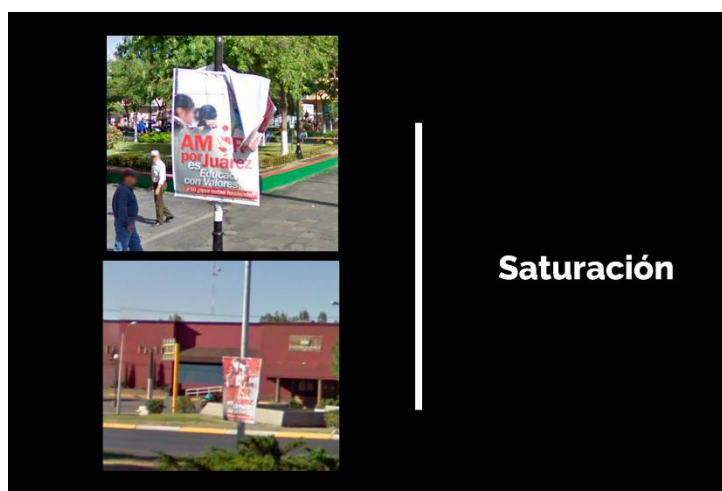
Es de esta manera que, como se concluyó en el capítulo uno de la presente investigación, el andar con precaución, cuidándose todo el tiempo y salir en menor medida de lo posible, fue un rasgo distintivo del juarenses a finales de la primera década del siglo XXI, y exponer una campaña mayormente por las avenidas de la Ciudad y lugares de esparcimiento refleja el desconocimiento de la situación en la que vivían los habitantes de Ciudad Juárez en esa época.

#### 4.2.5 Saturación

Imagen 27:

**Saturación.**

2009



*Fuente:* Elaboración propia a partir de material de Google Maps (2020).

Después del análisis del caso de estudio realizado en el capítulo tres, es notorio que en la realización del isologo de la campaña *Amor por Juárez* existió un esfuerzo por representar varias cosas por medio del uso de figuras retóricas, tales como la alegría y la victoria por medio de la paz, así como el deseo de abrazar el amor, sin embargo, por medio de los cuestionarios aplicados en la realización del capítulo tres, se encontró que en la actualidad, las personas no recordaban esto, así como tampoco los elementos que componían el logotipo de la campaña *Amor por Juárez* y, además, habían olvidado casi por completo las aplicaciones en las que se había distribuido esta misma, lo único que podían recordar eran los símbolos universales del amor y de la paz como se mencionó en páginas anteriores.

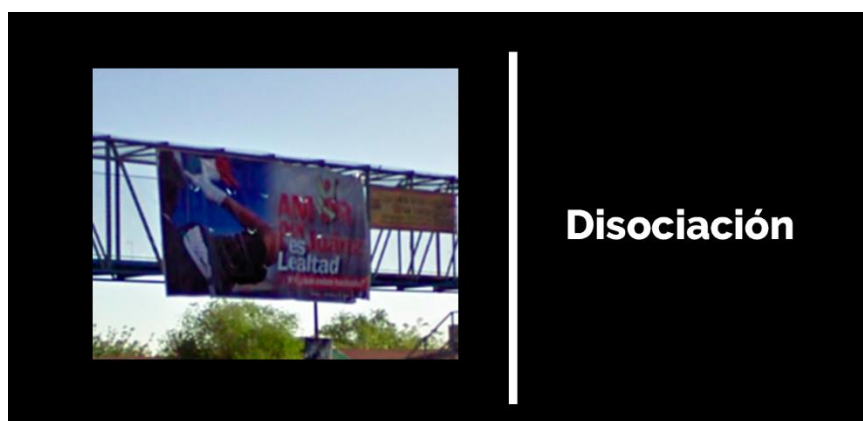
En una rápida lectura, esta variedad de connotaciones, pudieron ser pasadas por alto por el usuario por lo complejo de su composición, además del poco tiempo de lectura ocasionado por lo que se destaca en el punto anterior, lo cual, pudo propiciar que dicha propuesta gráfica no lograra perdurar en la memoria de los habitantes de Ciudad Juárez y únicamente perduraran aquellos elementos que ya tenían presencia en su memoria, como los anteriormente mencionados símbolos universales del amor y de la paz.

#### 4.2.6 Disociación

Imagen 28:

**Disociación.**

2009



*Fuente:* Elaboración propia a partir de material de Google Maps (2020).

Por medio del análisis de las composiciones visuales que acompañaban a la estrategia social *Amor por Juárez*, se pudo identificar que el isologo de dicha campaña está compuesto por elementos universales, que pudieran considerarse genéricos, los cuales, en cuestiones técnicas conforman una composición muy bien lograda, en la que se pueden distinguir fundamentos del diseño aplicados, tales como el equilibrio, el contraste, el uso de formas simples y figuras retóricas y el posible respaldo teórico en cuestiones de color, textura y forma, entre otros fundamentos.

Sin embargo, al verse este isologo aplicado en composiciones mayores, en las que estaban acompañados de fotografías u otros elementos, puede observarse que comienzan a hacerse usos de elementos que, si bien no involucraban rasgos que generaran arraigo con los habitantes de Ciudad Juárez, si era notorio que muchos de ellos fueron creados en esta ciudad o en su defecto dichas composiciones se crearon a partir de la unión del isologo y el resto de la composición creadas por separado.

Esto se puede observar en el uso de imágenes que involucran calles, o lugares de Ciudad Juárez, así como elementos de la ciudad, como el ya mostrado elemento de tránsito o *la Mega Bandera*, además las fotografías utilizadas demuestran carencia de técnica en el encuadre, el manejo de iluminación o del color. Es también notoria la carencia de equilibrio en el uso de composiciones tipográficas más allá de la que compone al isologo de *Amor por Juárez*.

Es entonces que se habla de una disociación, en el uso de dos elementos completamente diferentes que pudiesen en algunas ocasiones contradecirse, como es en los casos descritos anteriormente, en donde las formas básicas y universales nos hablan de amor y paz, sentimientos positivos, mientras nos muestran la imagen de un elemento militar de un rango mayor el cual representa lo contrario.

De esta manera, es difícil que el habitante de Ciudad Juárez pudiera sentirse identificado con estos elementos funcionando de manera individual, sin embargo, es más difícil que este fortalecimiento del arraigo se diera con los elementos funcionando en conjunto, contradiciéndose y contribuyendo a la saturación de elementos ya existente.

#### **4.2.7 Solución innecesaria**

Se ha abordado como, parte de ser juarense en esa época representaba sentir miedo, y necesidad de estar en alerta constante, así como la existencia de rechazo hacia quienes representaban la figura de autoridad. También en capítulos anteriores se abordó que, la contrastación con figuras de alteridad, tales como el habitante de El Paso Texas, o el habitante del centro del país, fomentaba en el juarense la percepción intensa de desfavorecimiento en su cotidianidad fronteriza y como mexicanos alejados de todo, hasta de la seguridad y la ley.

Es de esta manera que, estos sentimientos existentes en los habitantes de Ciudad Juárez podrían haber impulsado el rechazo hacia una propuesta que los invitaba a sentir amor hacia su ciudad, en tiempos en los que pareciera que amar a la ciudad es lo que menos relevancia tenía, e incluso, podría ser considerado como algo absurdo e innecesario tomando en cuenta que los habitantes de Ciudad Juárez sentían que ellos cuidaban de su ciudad, y no se consideraron nunca parte del problema<sup>97</sup>, en contraste con la creencia colectiva de que la gente mala venía de fuera de la

---

<sup>97</sup> A partir de los datos obtenidos en los cuestionarios del capítulo uno del documento de investigación

ciudad, tanto la autoridad como los delincuentes.

Imagen 29:

### **Solución innecesaria.**

2009



*Fuente:* Elaboración propia a partir de material de Google Maps (2020).

#### **4.3 Consideraciones finales.**

Se encontró, a partir de lo analizado a lo largo de todo el documento, cayendo incluso en lo repetitivo en algunas ocasiones, que los principales inconvenientes que pudieron presentar las propuestas gráficas que acompañaron a la campaña *Amor por Juárez* recaían principalmente en un notorio desconocimiento del sentir de juarense por parte de quienes tuvieron la responsabilidad de realizar estas mismas, centrando la atención en aspectos técnicos de ejecución, o en la necesidad de cumplir con un producto de diseño a raíz de la propia experiencia del diseñador o el profesional a cargo.

Dicho desconocimiento tiene su origen en la pobre imagen que se tiene sobre Ciudad Juárez y sus habitantes en otras regiones, incluso de su mismo estado, del cual, de hecho, la propia capital se encuentra a una distancia lo suficientemente considerable. Y de esta manera esta, como otras ciudades del país, únicamente pueden tener una percepción de Ciudad Juárez a partir de lo que se difunde a través de los medios de comunicación y en menor medida, de boca en boca por personas que son o han estado en Ciudad Juárez.

Esta información se basa de manera principal en violencia, empleo y su ubicación

geográfica a la orilla del país. En contraste de todo lo que se involucra en la construcción de la identidad de un grupo de individuos, en específico, cuando se trata de un contexto sociohistórico difícil.

Entonces, a partir de la percepción que el juarense tiene de sí mismo, y la percepción que se tiene de Ciudad Juárez desde otras ciudades del país entre los años 2009-2011 ¿Por qué no funcionaron las propuestas gráficas creadas con el objetivo de generar arraigo en los habitantes de Ciudad Juárez?

Como respuesta, más allá de la carencia al involucrar algo a lo cual “arraigarse”, por parte del caso de estudio, pasando por alto todo lo que al juarense lo define en la construcción de su identidad, es importante destacar la ausencia de un acercamiento a una muestra de personas que represente a quienes son el público en el cual se desea intervenir, con el propósito de lograr mayor impacto, pero, sobre todo, de lograr la aceptación de la estrategia por parte de a quienes está dirigido.

## Referencias

- Acosta, B. (2009). *Especulación del suelo, vivienda e infraestructura urbana en Ciudad Juárez*. México: Diagnostico sobre la realidad social, económica y cultural de los entornos locales para el diseño de intervenciones en materia de prevención y erradicación de la violencia en la región norte: el caso de Ciudad Juárez Chihuahua. pp.121-159.
- Aguirre, L. (2015). *Lugares Emblemáticos y Representativos de Ciudad Juárez. Visto desde el registro de la fotografía contemporánea*, México: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
- Almada, H. (2007) *La Realidad Social de Ciudad Juárez, Análisis Territorial*. Ciudad Juárez, México: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
- Almodóvar, A. (2018). *Ciudad Juárez y El Paso, las dos caras de un mismo pueblo*. Ciudad Juárez: LAIZQUIERDA Diario. Recuperado en 07 de febrero de 2019, de <https://www.laizquierdadiario.mx/Ciudad-Juarez-y-El-Paso-las-dos-caras-de-un-mismo-pais>
- Aranda, J. (2008). *Llegan a Ciudad Juárez más de dos mil soldados para combatir el narco*. México: La Jornada.
- Arratia, E. (2017). *Todos Somos Juárez*. Competition in state-making y la guerra contra el narcotráfico (2006-2012) 16/10/18, de Revista Española de Ciencia Política. Sitio web: <https://recyt.fecyt.es/index.php/recp/article/view/51267>
- Arriaga, A. (2008). *Vuelve la tradición a Ciudad Juárez ante el grito de Independencia*, 10/07/19 de [larednoticias.com](http://larednoticias.com). México, Sitio Web: <https://www.larednoticias.com/noticias.cfm?n=14913>
- Balderas, J. (2005). *La luz roja y la luz neón: narrativas de la Avenida Juárez y la calle Mariscal*, Ciudad Juárez. México: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
- Barraza, L. (2009). *Diagnóstico sobre la realidad social, económica y cultural de los entornos locales para el diseño de intervenciones en materia de prevención y erradicación de la violencia en la región norte: El caso de Ciudad Juárez, Chihuahua*. México: Organización Popular Independiente.
- Bolvin, M. (2004) *Constructores de otredad*. Bueno Aires, Argentina: Editorial Antropofagia.

- Burnett, V. (2015). *Residentes de Juárez critican la película "Sicario" por ignorar el progreso reciente de la ciudad*, México, New York Times América Latina. 24/02/19. Sitio web <https://www.nytimes.com/es/2015/10/14/residentes-de-juarez-critican-la-pelicula-sicario-por-ignorar-el-progreso-reciente-de-la-ciudad/>
- Bustos, F. (2018). *La Rosa de Guadalupe, un alarmante síntoma nacional*. Nexos. Sitio web <https://cine.nexos.com.mx/?p=16941#.XHIfuhKjIU>
- Camus, J. (2009). *Tienes 5 segundos*, Chile: Universidad Diego Portales.
- Cangas, O. (2008) *Los Imaginarios Sociales de la Identidad Nacional en Ciudad Juárez*. Ciudad Juárez, Chihuahua: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
- Cano, K. (2017). *San Lorenzo se Viste de Fiesta*, 10/07/19 de diario.mx. México, Sitio Web: [http://diario.mx/Local/2017-08-05\\_2a7463e9/san-lorenzo-se-viste-de-fiesta/](http://diario.mx/Local/2017-08-05_2a7463e9/san-lorenzo-se-viste-de-fiesta/)
- Carranza, O. (2015). *Edificio de la Ex Presidencia, cuna histórica de la ciudad*, 10/07/19 de renglón.com. México, Sitio Web: <http://www.renglon.com.mx/nota/55471>
- Castañares, I. (2018). *Televisa y TV Azteca dieron en el clavo para subir su rating*. El Financiero. Sitio web <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/televisa-y-tv-azteca-dieron-en-el-clavo-para-subir-su-rating>
- Chong, M. (2009). *El papel de la educación en la identidad humana*. México: Revista de filosofía. Año V (no.29), pp.117-180.
- Cordoves, I. (2017). *Fundamentos del diseño*, España: Issuu
- Coria, C. (2013). *Pelean patente de burritos; Ciudad Juárez se proclama cuna del plato típico*. Excélsior. Sitio web <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2013/05/05/897511>
- Cruz, S. (2014). *Violencia y jóvenes: pandilla e identidad masculina en Ciudad Juárez*. México: Revista Mexicana de Sociología. 76(4), pp.613-637. Recuperado en 02 de febrero de 2019, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-25032014000400004&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032014000400004&lng=es&tlng=es).
- Constante, A. (2005). *Ese otro que aparece en mí*. Barcelona: eldigoras.com. 37 (11), Recuperado en 02 de febrero de 2019, de <http://www.eldigoras.com/eom03/2004/2/tierra37act02.htm#inicio>

- Darwin, J. Dorys, N. (2017). *Education as social practice: the question of the other and their recognition*, Sophia, Colección de filosofía de la Educación, (23), pp.195-218. Recuperado en 19 de febrero de 2019 en <https://dx.doi.org/10.17163/soph.n23.2017.07>
- Dondis, E. (1973). *A primer of visual literacy*, Cambridge: The MIT Press
- Durand, J. (2007). *El programa Bracero (1942-1964) Un balance crítico*, México Revista Migración y Desarrollo. Pp-27-44. Recuperado en 16 de febrero de 2019 en <http://rimd.reduaz.mx/paginas/secciones?id=164>
- Durand, J. (2017). *De la Proposición 187 a la toma del poder en California*, México La Jornada. 20/02/19. Sitio web <https://www.jornada.com.mx/2017/05/28/politica/019a1pol#>
- Erikson, E. (1968). *Identidad, juventud y crisis*, Buenos Aires: Editorial Paidós
- Falcón, M. (2008). *Anotaciones sobre identidad y otredad*. Revista Electrónica de Psicología Política. Sitio Web: [http://www.psicopol.unsl.edu.ar/marzo08\\_01.pdf](http://www.psicopol.unsl.edu.ar/marzo08_01.pdf)
- Frascara, J. (2006). *Desmaterialización del diseño*. Actas de diseño. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Palermo.
- Fuentes, C. (2009). *La estructura espacial urbana y accesibilidad diferenciada a centros de empleo en Ciudad Juárez, Chihuahua*. 11/11/18 de *Región y Sociedad*. México, Sitio Web: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10204405>
- Fuente, F. (2014). *El carácter dual de la personalidad: el yo y el otro*, 25/10/18 de *Literatura y otros mundos*. España, Sitio Web: <https://literaturayotrosmundos.wordpress.com/2014/01/30/el-caracter-dual-de-la-personalidad-el-yo-y-el-otro/>
- Gamboa, A. (2009). *Amor por Juárez será el grito de guerra de los juarenses*, 02/07/19 de *Borderzine.com*. México, Sitio Web: <http://borderzine.com/2009/04/amor-por-juarez-sera-el-grito-de-guerra-de-los-juarenses/>
- García Márquez, G. (1961). *El coronel no tiene quien le escriba*. Bogotá: Harper.
- García, T. (2005). *Determinar la percepción de la comunidad*. Popayán: Almendralejo.
- Garibay, J. (2018). *TV abierta: 6 cifras que registro este año la televisión en México*, 21/02/19 *Merca2.0 mercadotecnia, publicidad y medios*. México, Sitio Web:

<https://www.merca20.com/tv-abierta-6-cifras-que-registro-este-ano-la-television-en-mexico/>

Garrido, C. (2017). "*Juarochos*": los olvidados de las políticas migratorias en México. *Notas para su inclusión en la agenda del estado de Veracruz*. México: Miradas Migratorias Regionales de México. pp. 109-122. 19/02/19 de febrero de 2019, de <http://colver.com.mx/2018/MiradasMigratorias.pdf#page=114>

Garrocho, C. (2011). *Población flotante, población en movimiento: Conceptos clave y métodos de análisis exitosos*: México, El Colegio Mexiquense.

Giménez, G. (2008). *Cultura, identidad y memoria. Materiales para una sociología de los procesos culturales en las franjas fronterizas*. México: Revista Frontera Norte. 21(41), pp. 7-32. Recuperado en 02 de febrero de 2019, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-73722009000100001&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-73722009000100001&lng=es&tlng=es).

González, C. (1997). *Identidad, alteridad y comunicación, definiciones y relaciones*. Revista Signo y Pensamiento, Universidad Javeriana. 30(16), pp. 77-84. Recuperado en 02 de febrero de 2019, de <https://www.javeriana.edu.co/signoy/pdf/3008.pdf>

González, M. (2009) *Breve Historia de Ciudad Juárez y Su Región*. Ciudad Juárez, México: El Colegio de Chihuahua, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.

Irigoyen, C. (2017). *La cita con el destino para el futuro de la marca Ciudad Juárez*. Ciudad Juárez: ITSM.

Laing, R. (1961). *El yo y los otros*. México: Fondo de Cultura Económica.

Lagarde, M. (2000). *Claves feministas para la mejora de la autoestima*, Madrid: Horas y Horas.

Lara, V. (2015). *La teoría del color de Goethe y su relación con la personalidad del ser humano*, 04/09/19 de [hipertextual.com](http://hipertextual.com). México, Sitio Web: <https://hipertextual.com/2015/04/teoria-del-color-goethe>

Lauro Zavala: Curriculum Vitae. (s.f.). recuperado de <https://www.comunicacionlenguajesycultura.org.mx/?pageid=130>

- López, M. (2017). *Feminicidios: Ciudad Juárez, Otra vez la pandemia sin control*, 16/10/18 de El Universal: Ciudad Juárez, México. Sitio Web: <http://www.eluniversal.com.mx/periodismo-de-investigacion/feminicidios-ciudad-juarez-otra-vez-la-pandemia-sin-control>
- León, R. (2007). *Teoría del juarense, deslinde y colindancias sin demasías (un glosario, guía, manual o algo parecido)*. Ciudad Juárez, México: Almuzara
- Lucio, I. (2014). *Juarenses prefieren ver la televisión en su tiempo libre: encuesta*, 19/02/19 de El Diario mx: Ciudad Juárez, México. Sitio Web: [http://diario.mx/Local/2014-05-12\\_b4df9152/juarenses-prefieren-ver-la-television-en-su-tiempo-libre-encuesta/](http://diario.mx/Local/2014-05-12_b4df9152/juarenses-prefieren-ver-la-television-en-su-tiempo-libre-encuesta/)
- Martínez, H. (2015). *Invertir en bienestar es la clave para cambiar la imagen de Juárez*. 16/10/18 de Norte Digital. Sitio Web: <https://nortedigital.mx/invertir-en-bienestar-es-clave-para-cambiar-imagen-de-juarez/>
- Martínez, I. (2015). *Ciudades globales, identidades elusivas: La novela Ciudad abierta*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Martínez, W. (2009). *Situación y evolución demográfica en Ciudad Juárez*. Diagnóstico sobre la realidad social, económica y cultural de los entornos locales para el diseño de intervenciones en materia de prevención y erradicación de la violencia en la región norte: El caso de Ciudad Juárez, Chihuahua. México: Organización Popular Independiente. Pp. 57-84.
- McKinley, J. (2009). *Two Sides of a Border: One Violent, One Peaceful*. El Paso: The New York Times. Recuperado en 02 de febrero de 2019, de <https://www.nytimes.com/2009/01/23/us/23elpaso.html>
- Meggs, P. (2009). *Historia del diseño gráfico*. Barcelona: Trillas.
- Mendoza, C. (2017). *Juárez: 358 años de hospitalidad*. El Diario de Juárez. Sitio web [http://diario.mx/Opinion/2017-12-05\\_32054f24/juarez-358-anos-de-hospitalidad/](http://diario.mx/Opinion/2017-12-05_32054f24/juarez-358-anos-de-hospitalidad/)
- Mercado, A. (2010). *El proceso de construcción de la identidad colectiva*. México: Convergencia Revista de Ciencias Sociales
- Miranda, R. (2010). *La noción de alteridad en Cornelius Castoriadis*, Madrid.: Universidad Complutense de Madrid.
- Monárrez, J. (2013). *Trama de una Injusticia. Feminicidio Sexual Sistémico en Ciudad Juárez*. México: El Colegio de la Frontera Norte.

- Mungia, A. (2015). *La política migratoria en los Estados Unidos*. México: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Muñoz, G. (2011). *Monumento en el campo algodoner, símbolo de las culpas del Estado en los feminicidios*. México: La Jornada
- Mut, C. (2003). *De la identidad corporativa a la identidad visual corporativa, un camino necesario*. España: Universidad Jaume I
- Najar, A. (2015). *¿Por qué la película "Sicario" enoja tanto a Ciudad Juárez?*, 24/02/19 de BBC. México, Sitio Web [https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/10/151007\\_sicario\\_cine\\_ciudad\\_juarez\\_boicot\\_an](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/10/151007_sicario_cine_ciudad_juarez_boicot_an)
- Najar, A. (2016). *Cómo se convirtió Juan Gabriel en el mexicano más cantado del mundo*, 04/11/19 de BBC. México, Sitio Web <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-37212887>
- Nava, W. Breceda, P. (2012). *Contexto y flujos migratorios en Ciudad Juárez, Chihuahua- El Paso, Texas*. Revista Noesis, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. 22(43), pp. 252-280. Recuperado en 07 de febrero de 2019
- Navarrete, Z. (2015). *Otra Vez la Identidad, Un Concepto Necesario, Pero Imposible*. México: Revista Mexicana de Investigación.
- Ocampo, P. (2013). *Moma, propuesta de innovación estética en el diseño industrial*. 16/10/18 De Repositorio DSpace. Sitio Web: <http://localhost:8080/xmlui/handle/123456789/695>
- Olivas, J. (2014). *Calles del centro alguna vez brillaron... con su vida nocturna*, 24/02/19 de El Diario Mx: Ciudad Juárez, México. Sitio Web: [http://diario.mx/Local/2014-01-25\\_d24c73ed/calles-del-centro-alguna-vez-brillaron-con-su-vida-nocturna/](http://diario.mx/Local/2014-01-25_d24c73ed/calles-del-centro-alguna-vez-brillaron-con-su-vida-nocturna/)
- P, L. (2019). *Profundizando en la influencia del color rojo Coca-Cola*, 04/09/19 de [journey.cocacola.com](https://journey.cocacola.com) México, Sitio Web: <https://journey.cocacola.com/historias/profundizando-en-la-influencia-del-color-rojo-coca-cola>
- Plan Estratégico de Juárez, A.C., (2019). *Informe, Así Estamos Juárez 2019*. Ciudad Juárez, México: Plan Estratégico de Juárez, A.C.
- Pérez, M. (1991). *Los Múltiples rostros de la identidad en Ciudad Juárez*. México: Alteridades.
- Ramírez, M. (2007). *Estadios de la otredad en la reflexión filosófica de Luis Villoro*. México: Universidad Mexicana de San Nicolás de Hidalgo.

- Rayas, G. (2016). *Es el monumento más importante con que cuenta la ciudad. Es una joya arquitectónica encargada por el gobernador Enrique Creel*, 10/07/19 de puentelibre.mx. México, Sitio Web: [http://puentelibre.mx/noticia/31814-es\\_el\\_monumento\\_mas\\_importante/2](http://puentelibre.mx/noticia/31814-es_el_monumento_mas_importante/2)
- Real Academia Española. (2014). En Diccionario de la lengua española (23 ed.) Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=KtmKMfe>
- Reyes, C. (2011). *Hacen oficial Juárez Competitiva*, 16/10/18 de MVS Noticias. México, Sitio Web: <http://www.mvsnoticias.com/#!/noticias/hacen-oficial-juarez-competitiva-884>
- Rodríguez, A. (2004). *¿Por qué nos vestimos de negro en el luto?*, 08/09/19 de abc.es España, Sitio Web: <https://www.abc.es/sociedad/20140325/abci-vestimos-negro-luto-201403122057.html>
- Rodríguez, S. (2017). *El yo o la conciencia en su relación con lo otro de sí, Encuentros y desencuentros entre la fenomenología del espíritu de Hegel y Totalidad e infinito de Lévinas*. España: Universidad Autónoma de Madrid
- Romo, L. (2010). *Programa de ordenamiento ecológico territorial del municipio de Juárez*, México: Imip
- Rosas, X. (2016). *Cuando los policías eran respetados*, 09/07/19 de eluniversal.com. México, Sitio Web: <https://www.eluniversal.com.mx/entrada-de-opinion/colaboracion/mochilazo-en-el-tiempo/nacion/sociedad/2016/03/5/cuando-los-policias>
- Ruelas, P. (2016). *El origen de la identidad dentro de la cultura*, México: Cuaderna Vía.
- Salomón, L. (2010). *Ciudad Juárez*, 16/10/18 de Informador. Sitio Web: <https://www.informador.mx/Opinion/Ciudad-Juarez-20100210-0213.html>
- S, A. (2009). *Ciudad Juárez, la más violenta del mundo*, 02/07/19 de eluniversal.com.mx. Colombia, Sitio Web: <https://archivo.eluniversal.com.mx/estados/73684.html>
- S, A. (2009). *Ciudad Juárez, viaje al infierno*, 11/07/19 de zocalo.com. México, Sitio Web: [http://www.zocalo.com.mx/new\\_site/articulo/ciudad-juarez-viaje-al-infierno](http://www.zocalo.com.mx/new_site/articulo/ciudad-juarez-viaje-al-infierno)
- S, A. (2009). *Juárez, una ciudad que vive en silencio*, 07/07/19 de mediotiempo.com. México, Sitio Web: <https://www.mediotiempo.com/futbol/liga-mx/juarez-una-ciudad-que-vive-en-el-silencio>

- S, A. (2010). *Observatorio de Seguridad y Convivencia Ciudadana*, 05/11/19 de uacj.mx. México, Sitio Web: [http://www3.uacj.mx/ICSA/SiteAssets/Paginas/Observatorio-de-Seguridad-y-Convivencia-Ciudadanas-del-Municipio-de-Juarez/Boletin\\_Observatorio\\_Num\\_4.pdf](http://www3.uacj.mx/ICSA/SiteAssets/Paginas/Observatorio-de-Seguridad-y-Convivencia-Ciudadanas-del-Municipio-de-Juarez/Boletin_Observatorio_Num_4.pdf)
- S, A. (2010). *Pumas 1 - 1 indios... La tribu dejó marca negativa*, 05/11/19 de mediotiempo.com. México, Sitio Web: <https://www.mediotiempo.com/futbol/pumas-1-1-indios-tribu-marca-negativa/page/1?image=14>
- S, A. (2013). *Manual Gráfico Para El Uso de Uniformes, Divisas y Equipo del Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos*, 010/07/19 de dof.gob.mx México, Sitio Web: [http://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5301972&fecha=11/06/2013](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5301972&fecha=11/06/2013)
- S, A. (2014). *Catálogo de Monumentos Históricos y Esculturas de la Heroica Ciudad Juárez*, México: IMIP
- S, A. (2017). *Conoce los Símbolos Nacionales, elementos fundamentales en nuestra identidad*, 09/07/19 de gob.mx. México, Sitio Web: <https://www.gob.mx/agn/articulos/conoce-los-simbolos-nacionales-elementos-fundamentales-de-nuestra-identidad>
- S, A. (2016). *El Noa Noa, el bar que marco la vida de Juan Gabriel*. México: La Prensa.Parr.5, Recuperado en 19 de febrero de 2019, de <https://www.laprensa.hn/espectaculos/997024-410/el-noa-noa-el-bar-que-marc%C3%B3-la-vida-de-juan-gabriel>
- S, A. (2016). *¡Superman salvó a Ciudad Juárez!*, 25/02/19 de nortedigital.mx. México, Sitio Web: <https://nortedigital.mx/superman-salvo-a-ciudad-juarez/>
- S, A. (2016). *17 cosas absurdas de la película "Batman Vs Superman"*, 25/02/19 de Central, periodismo irreverente. México, Sitio Web: <https://www.periodicocentral.mx/2015/cultura/las-17-cosas-absurdas-de-la-pelicula-batman-vs-superman-la-15-es-la-peor>
- S.A. (2018). *Se suman negocios al día de la hospitalidad y la fraternidad juarense*, 19/02/19 de juarez.gob.mx. México, Sitio Web: <http://www.juarez.gob.mx/noticia/6839/se-suman-negocios-al-dia-de-la-hospitalidad-y-fraternidad-juarense>
- S, A. [American Idols] (1/julio/2016) *Batman v Superman: Dawn of Justice – Superman Saving People* [Archivo de video] Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=K0lQxUqmnfU&t=97s>

- S, A. (2019). *Reitera alcalde de El Paso que Trump está equivocado*, 11/02/19 de NetNoticias.mx. México, Sitio Web: <http://netnoticias.mx/2019-02-11-8a0834db/reitera-alcalde-de-el-paso-que-trump-esta-equivocado/>
- S, A. (2009). *Vive Ciudad Juárez posguerra.*. México: El Sol de México. Recuperado en 15 de marzo de 20120, de <https://www.dossierpolitico.com/vernoticiasanteriores.php?artid=52090&relacion=&tipo=Noticias&categoria=1>
- Santa, M. (2014). *El uso de minúsculas en diseño de logotipos: un enigma para las marcas*, 04/07/19 de stafcreativa.pe. Perú, Sitio Web: <http://www.staffcreativa.pe/blog/el-uso-de-minusculas-en-diseno-de-logotipos-un-enigma-para-las-marcas/>
- Salazar, S y Curiel, M. (2012). *Ciudad Abatida, Antropología de la(s) fatalidad(es)*. Ciudad Juárez, México: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
- Scherer, C. (2017). *Vibra México*. 16/10/18 de El Excelsior. México. Sitio Web: <https://www.excelsior.com.mx/opinion/clara-scherer/2017/02/17/1146872>
- Soberanes, R. (2014). *Enfrentan veracruzanos en Ciudad Juárez, “juarochos”, violencia y pobreza*. 19/02/19 de La Jornada. México. Sitio Web: <https://notigodinez.com/enfrentan-veracruzanos-en-ciudad-juarez-juarochos-violencia-y-pobreza/>
- Solano, L. (2010). *Los niños de Juárez tienen miedo permanente de salir a las calles*, 11/07/19 de [jornada.com](http://jornada.com). México, Sitio Web: <https://www.jornada.com.mx/2010/03/24/politica/010n1pol>
- Soria-Jiménez, V. (2018). *Análisis comparativo de la simbología cromática en la publicidad Nike en China y España*. España: Vitat Academia
- Torres, A. (2015). *El dorado, un territorio plástico en la pintura contemporánea* España: Universitat Politècnica de Valencia
- Valera, S (1994). *El Concepto de Identidad Social Urbana: Una Aproximación entre la Psicología Social y la Psicología Ambiental*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Valíková, H. (2002). *Unos apuntes sobre el fenómeno llamado “Spanglish”*. República Checa: Sbornlk Pracl Filozofické Fakulty Brněnské Univerzity Studia Minora Facultatis Philosophicae Universitatis Brunensis

- Vázquez, B. (2015). *Los juarochos, el negocio de la migración legal*, 19/02/19 de muyjuarenses.com México, Sitio Web: <https://muyjuarenses.com/juarochos-el-negocio-de-la-migracion-legal/>
- Vázquez, E. (2011). *El Paso y Ciudad Juárez: tan cerca y tan lejos*, 12/02/19 de rtve.es. España, Sitio Web: <http://www.rtve.es/television/20111005/paso-ciudad-juarez-muy-cerca-muy-lejos/465809.shtml>
- Vértiz, C. (2015). *Tierra de nadie: Sicario, la violencia en Ciudad Juárez*, 24/02/19 de Proceso. México, Sitio Web <https://www.proceso.com.mx/418688/tierra-de-nadie-sicario-la-violencia-en-ciudad-juarez>
- Vila, P. (1993). *Cultura e identidad en Ciudad Juárez y El Paso*. México: El Colegio de la Frontera Norte.
- Zavala, S. (2013). *El Crecimiento Urbano en Ciudad Juárez, 1950-2000. Un acercamiento sociohistórico a la evolución desordenada de una ciudad de la frontera norte*. Chihuahua, México: Hoy.
- Zavala, L. (2018). *Teorías Cinematográficas/ notas de curso para la Maestría en Estudios Cinematográficos*, México: Cineteca Nacional.