

Retórica visual en el discurso digital de las organizaciones sindicales peruanas en la red social Facebook

Visual rhetoric in the digital discourse of Peruvian trade unions on Facebook

Eduardo Yalán
Pontificia Universidad Católica del Perú

Referencia de este artículo

Yalán, Eduardo (2023). Retórica visual en el discurso digital de las organizaciones sindicales peruanas en la red social Facebook. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, n° 26. Castellón de la Plana: Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I, 127-150. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/adcomunica.7303>.

Palabras clave

Sindicato; retórica visual; semiótica; comunicación; redes sociales; Facebook.

Keywords

Trade Union; visual rhetoric; semiotics; communication; social networks; Facebook.

Resumen

La fragmentación de las organizaciones sindicales ha motivado la búsqueda de estrategias alternativas de comunicación sindical en las redes sociales, donde el discurso icónico adquiere mayor relevancia que la capacidad lingüística de los medios de comunicación tradicionales para movilizar políticamente a los trabajadores. En este contexto, la presente investigación tiene como objetivo analizar los usos de la retórica visual en el discurso digital de las organizaciones sindicales a través del material gráfico utilizado para la red social Facebook, con el fin de establecer una comunicación efectiva con la opinión pública y los miembros de la organización. Para alcanzar este objetivo, se adoptó un enfoque cualitativo que se centra en la interpretación de los usos retóricos visuales identificadas a través del análisis semiótico de 323 imágenes, que incluyen 113 logotipos y 210 piezas gráficas de los sindicatos que responden a diversas actividades específicas de la plataforma Facebook. Como resultado, se identificaron cuatro núcleos semánticos del discurso sindical: (i) emancipación, (ii) representatividad, (iii) compañerismo y (iv) consenso. A través de cuatro modos de la relación icónica-plástica se descubrió que las retóricas más utilizadas eran las de emancipación y representatividad, mientras que se postulaba como tendencia emergente el uso de las retóricas de compañerismo y, en menor medida, las de consenso. Esta investigación aporta a los estudios sobre las organizaciones sindicales desde una mirada semiótica.

Abstract

The fragmentation of trade unions has motivated the search for alternative strategies for union communication on social media, where iconic discourse has gained greater relevance than the linguistic capacity of traditional media to politically mobilize workers. In this context, the present research aims to analyze the uses of visual rhetoric in the digital discourse of labor unions through the social network Facebook, in order to establish effective communication with the public and organization members. To achieve this objective, a qualitative approach was adopted that focuses on the interpretation of visual rhetorical uses identified through the semiotic analysis of 323 images, including 113 logos and 210 graphic pieces of the unions that respond to various specific activities on the Facebook platform. As a result, four semantic cores of union discourse were identified: (i) emancipation, (ii) representativeness, (iii) comradeship, and (iv) consensus. Through four modes of iconic-plastic relationship, it was discovered that the most used rhetorics were those of emancipation and representativeness, while the rhetorics of comradeship were postulated as an emerging trend, and to a lesser extent, those of consensus. This research contributes to studies on labor unions from a semiotic perspective.

Autor

Eduardo Yalán [educotres@gmail.com] es Magíster en Filosofía (PUCP) y licenciado en comunicación (UPC). Forma parte de la Asociación peruana de semiótica y del Grupo de Investigación Semiótica del Instituto de Investigación Científica (IDIC). Autor del libro *Semiótica del consumo: una aproximación a la publicidad desde sus signos* (2018). Investiga y publica artículos sobre semiótica (consumo, política) y filosofía contemporánea

1. Introducción

Las investigaciones peruanas sobre el desarrollo del sindicalismo suelen ser presentadas en tres fases distintas. En la primera fase, que tuvo lugar entre los años 70 y la mitad de los años 80, el sindicalismo se centró en la movilización en el espacio público y se enfocó en la lucha de clases (Sulmont, 1976). En la segunda fase, que comenzó a partir de la mitad de los años 80, se abordó una perspectiva pesimista sobre la capacidad colectiva de los sindicatos ante la crisis económica y la violencia en el Perú, así como las reformas estructurales implementadas durante el gobierno de Fujimori (Balbi, 1990) que fragmentaron los partidos políticos y fomentaron el clientelismo y represión sindical (Panfichi y Coronel, 2014). En este segundo periodo el número de investigaciones sobre trabajo y sindicalismo tuvo una fuerte reducción (Cueto *et al.*, 2017) por lo que parecía que el «trabajo» ya no despertaba interés como objeto de análisis (Manky, 2021). Pese a ello, a partir del 2010, una tercera fase de investigaciones renueva el estudio de los sindicatos a pesar de identificar un contexto de precariedad en su organización producto de la política económica neoliberal. En este último punto de vista, la literatura especializada analiza las formas de organización (discursiva y práctica) del sindicato (Cueto *et al.*, 2017; Villavicencio, 2010) y sus búsquedas de nuevos enfoques en su capacidad estratégica y producción discursiva (Yalán, 2021; Mejía, 2017; Saravia, 2016). A este interés se agrega el cada vez más creciente registro en el incremento de las protestas sindicales y el número de sindicatos registrados por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2018) peruano, de 616 sindicatos de empresa pública y privada en el 2010 a 998 en el 2018.

El uso de las redes sociales como Facebook, TikTok o Twitter son la respuesta del sindicalismo respecto a su búsqueda de nuevas formas de comunicación como alternativa a la mercantilización de la política y los medios tradicionales (Kanashiro, 2013). De esta manera, las redes sociales se convierten en condiciones de posibilidad sindical para acceder a la opinión pública y a la organización con sus miembros. Posts y videos son utilizados para optimizar la comunicación, la organización de reuniones y el anuncio de mítines de protesta, pero también resultan cruciales para que los sindicatos establezcan una comunicación no solo con sus miembros, sino también con la sociedad en general (Stokes *et al.*, 2021). En este sentido, la web proporciona un nuevo canal para la distribución de información, que puede eliminar jerarquías en la comunicación sindical. No obstante, si bien se comprometen cada vez más investigaciones sobre la acción colectiva de los trabajadores peruanos en redes sociales (Vidal, 2022; Calderón *et al.*, 2020; ; Saravia, 2016), no se ha identificado una investigación que dé cuenta del rol de su discurso visual.

El interés cada vez mayor en utilizar imágenes de redes sociales como fuente de datos en investigaciones en áreas como ciencias sociales, estudios culturales y comunicación (Chen *et al.*, 2021) ha puesto de manifiesto que, a diferencia de los

modos de comunicación sindical tradicionales, las redes sociales dan un lugar primordial a la imagen como medio de expresión política. Diseño gráfico en la comunicación de posts y logotipos autogestionados no solo crean formas de interacción con los usuarios de la red social, también permiten construir el discurso político del sindicato (Panayides y Marina, 2019). Así, lejos de estar determinadas por una racionalidad discursiva, las imágenes poseen su propia autonomía y significación superando incluso las intenciones de los productores de la comunicación (Van Leeuwen, 2001; Greimas, 1994; Groupe µ, 1993).

Desde una perspectiva semiótica, el propósito de la presente investigación consiste en analizar los diversos usos que las organizaciones sindicales hacen de la retórica visual en su discurso digital a través de la plataforma de Facebook. El análisis tiene como objetivo describir la construcción de la comunicación entre las organizaciones sindicales, la opinión pública y sus miembros a través de las imágenes. Un enfoque visual sobre las retóricas visuales creadas a partir de elementos gráficos, colores e iconicidad por los sindicatos proporciona una aproximación a sus estrategias de comunicación digital, así como a la construcción de su narrativa y del tipo de receptor creado a través de los enunciados visuales. Por lo tanto, la comunicación sindical no solo se basa en un nivel lingüístico, sino -y ante todo- en un nivel icónico. Es decir, se trata de la creación de una identidad colectiva a través de imágenes y símbolos vernáculos (Posso *et al.*, 2021).

2. Comunicación digital de los movimientos sindicales

Una de las actividades necesarias para el desarrollo de las estrategias sindicales es la gestión comunicativa. La capacidad de administrar estratégicamente el discurso y planificar a través de qué medios se logra la circulación óptima de la demanda social es crucial para que los sindicatos puedan tener un alcance significativo en la opinión pública. Buena parte de la literatura especializada sobre este tema caracteriza a las redes sociales como condiciones de posibilidad para aumentar el «poder discursivo» de los sindicatos de modo que estos pueden influir en el debate público en contextos de crisis política (Geelan, 2022; Crane, 1986). De esta manera, consideran que el sindicalismo digital es una estrategia para la renovación sindical (Carneiro, 2022; Fitzgerald *et al.*, 2012; Panagiotopoulos, 2012; Martínez y Walker, 2005) pero también una forma eficiente de atraer miembros activos en un período de tiempo relativamente corto y adaptativo (Bryson *et al.*, 2010).

Sin embargo, existen muchos problemas en cuanto a la resolución del objetivo comunicacional de los sindicatos. El manejo de Internet por parte de los sindicatos suele ser identificado como restrictivo, lo cual hace disminuir la demanda radical (Bellido de Luna, 2022). A esto se suma el desafío que pueden encontrar con tecnologías de información ajenas, en muchos casos, a su orientación laboral (Carneiro, 2018) o con la difícil organización de trabajadores independientes

(*freelancers*) (Fuchs, 2022). Según Carneiro (2018), las funciones en Facebook de los sindicatos son utilizadas más por un sindicalismo «virtual» (académicos y profesionales de la industria digital) que por un sindicalismo «real» de base, lo cual no se concluye que las instituciones laborales se encuentren participando políticamente (Costa y Carneiro, 2018). A esto se suma la falta de éxito contundente del sindicalismo informal a través de las redes sociales, la idealización de las redes sociales como forma de resolución inmediata de conflictos laborales (Stokes *et al.*, 2021) y los discursos de género de las mujeres trabajadoras que son representadas como «sufridoras de la injusticia» (Dhar y Ali Thuppilikkat, 2022) 2022). En este contexto, se identifica también un uso de las redes sociales como oportunidades para fortalecer y reactivar la afiliación sin que por ello se concrete la comunicación digital a los propósitos discursivos del sindicato (Scaramuzzino y Scaramuzzino, 2020).

Fuchs (2022) sugiere que los sindicatos deben incorporar dos elementos digitales en sus protestas para lograr efectividad y franquear estos problemas. En primer lugar, deben utilizar las plataformas digitales para la organización, movilización y comunicación en las luchas de clases y huelgas. En segundo lugar, deben realizar huelgas digitales que interrumpan la producción de valor en las plataformas digitales y ejercer su poder digital contra el capital. Pese a esta advertencia, las redes sociales en muchos casos no asumen estos discursos contrasignificantes a la forma-capital y más bien se hacen dependientes de los contenidos audiovisuales que registran los efectos de la represión policial, los cuales crean mayor alcance por su impacto, pero son instantáneos y enunciados desde una perspectiva ética más que política (Yalán, 2021).

3. Retórica de resistencia y visualidad en la comunicación sindical

Para concretar la aplicación de las estrategias de comunicación la literatura especializada suele ocuparse en identificar en el discurso sindical el uso de retóricas utilizadas, denominadas por Salamón, (2022) como «retóricas de resistencia». Con ello, las temáticas visuales han sido privilegiadas en el estudio del discurso de los sindicatos (Bariani, 2017; Dede y Dotta, 2010; Strickland *et al.*, 2014) y del comportamiento de trabajadores en la esfera privada de la producción (Strickland *et al.*, 2014). Estas características visuales han adquirido nuevas dimensiones en las plataformas digitales y redes sociales porque construyen discursos más allá de las estrategias lingüísticas. Desde este punto de vista, la retórica es una estrategia de comunicación útil para organizar públicamente la demanda de los sindicatos y negociar estratégicamente las relaciones de poder (Salamon, 2022; Hakoköngäs y Sakki, 2019).

El trabajo pionero sobre la identificación de retóricas visuales en los movimientos sindicales es elaborado por Korff (1992) quien elabora analiza el rol simbólico de

la mano en la construcción de las organizaciones obreras de comienzos de mediados del siglo XIX y comienzos del XX. En ellas identifica formas específicas que son reiteradas hasta el día de hoy: las manos fraternas (en señal de negociación con la forma-capital) y el puño levantado (en señal dialéctica contra la forma-capital). Según Korff, la iconografía visual europea, la mano como símbolo del trabajo se representa en tres tipos de imágenes: renacentista, industrial y de artesano/trabajador. Primero, en el arte renacentista, Miguel Ángel usó las manos de Dios y Adán en «La Creación» para simbolizar el valor del trabajo activo. Segundo, en la alegoría industrial, desarrollada en los siglos XVI y XVII, mostraba la mano como una herramienta para crear nuevas herramientas, representando el éxito en el mundo laboral. La iconografía de artesano/trabajador también muestra la mano como un símbolo de trabajo, pero con un enfoque más centrado en la habilidad manual del artesano. Tercero, en el siglo XIX, la iconografía industrial representaba la mano con una herramienta como símbolo de propiedad capitalista de los medios de producción. Marx y Engels adoptaron esta idea y la adaptaron a las «clases inferiores». Así, según la investigación de Korff (1992), la bandera roja y el puño en alto simbolizaban el trabajo liberado, mientras que el apretón de manos representaba la fraternidad y la comunicación en los primeros movimientos sindicales después de la Revolución Francesa. A esto se suma la descripción de Deleuze sobre la mano libre presentándola como la liberación del trabajo de la bestia de carga (Deleuze y Guattari, 2012: 67)

Si bien estas formas retóricas son utilizadas hasta el día de hoy, las organizaciones sindicales han complejizado sus modos de presentación. Primero a través de la comunicación en el «tablón de anuncios» sindical (*bulletin board*), las redes sociales permiten construir interacciones interactivas que suman a las retóricas visuales (Houghton y Hodder, 2021). No obstante, los sindicatos utilizan una forma de comunicación en línea «unidireccional» de los contenidos visuales y generalmente restringen el acceso de sus redes a organizaciones que pertenecen al movimiento laboral (Carneiro, 2018). Debido a esto, se les dificulta participar de manera significativa y establecer alianzas con otras personas y organizaciones. Este problema se encuentra presente en el trabajo de Jari Martikainen (2019) donde se identifica que las imágenes que construyen las retóricas visuales de la comunicación sindical, si bien son utilizadas para construir una inclusión colectiva, también pueden marginar y excluir la heterogeneidad del grupo a partir de representaciones homogéneas del imaginario laboral.

4. Objetivos y metodología

La presente investigación tiene como objetivo general analizar los usos de la retórica visual en el discurso digital de las organizaciones sindicales a través del material gráfico utilizado en la red social Facebook para construir una comuni-

cación con la opinión pública y sus miembros. Para su estudio se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- [OE1] Identificar los modos discursivos de los sindicatos a partir del material visual publicado en la red social Facebook.
- [OE2] Identificar los tipos de retórica icónica y plástica a través del material visual de los sindicatos en la red social Facebook.

En este sentido, el paradigma desde el cual se construye la investigación es hermenéutico o interpretativo posicionado en un enfoque cualitativo ya que permite dar cuenta de la descripción de las singularidades retóricas de las imágenes recuperadas de los sindicatos en el Perú. Asimismo, el diseño de investigación de estudio de caso múltiple o corpus paradigmático, como es descrito por la semiótica generativa (Greimas y Courtés, 1982).

En el último reporte del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) del 2018 (Ministerio de Trabajo, 2018) las organizaciones sindicales del sector privado se conformaban entre 6 confederaciones, 44 federaciones y 482 sindicatos. Mientras que en el sector público se registran 428 sindicatos, 35 federaciones y 3 confederaciones, dando un total (entre sector público y privado) de 998 organizaciones sindicales. En Lima, la inscripción de los sindicatos se realiza en la División del Registro Sindical de la Sub-Dirección de Registros Generales. Basados en este último registro del Ministerio de Trabajo (2018) se realizó la búsqueda de los nombres de los sindicatos en la plataforma de Facebook a través de una cuenta creada específicamente para la investigación, de modo que los resultados obtenidos de la búsqueda no se vicien con las cuentas personales de los investigadores. De la búsqueda se identificaron 113 organizaciones siendo 95 sindicatos, 11 federaciones y 7 confederaciones tanto del sector público como del sector privado. Del corpus se identificó que la cantidad máxima de seguidores fue 39333 (@SinamsopOficial) y 45 la mínima (@sindicatorepsa) siendo 39 las organizaciones que superan los 1000 seguidores. El material analizado se encuentra conformado por 323 imágenes, entre 113 logotipos y 210 piezas gráficas, de los sindicatos que responden a diversas actividades específicas creadas en la plataforma Facebook tales como la publicación de actualizaciones sobre sus actividades, compartir información y recursos útiles para sus miembros, promoción de eventos en línea para reuniones, testimonios de trabajadores y campañas para la organización y reclutamiento de nuevos miembros. Solo se han privilegiado aquellas imágenes gráficas y no fotografías de las actividades del sindicato, dado que el interés de esta investigación es la retórica gráfica creada por una intencionalidad visual de la organización. La delimitación del corpus responde a la sugerencia metodológica para investigaciones cualitativas (no cuantitativas) que requieren de un corpus reducido para el análisis del discurso en las redes sociales (Muro-Ampuero y Bach, 2019). En esta misma línea, seguimos el trabajo de Houghton y Hodder

(2021) quienes estudian la comunicación de sindicatos en Facebook con muestras concretas para la descripción cualitativa (n =282).

La elección de la red social Facebook responde a que es la plataforma digital más popular en el Perú. En el 2020 Facebook representaba el 94% de los 13,2 millones de usuarios de redes sociales en el país, siendo su uso más frecuente que otras redes sociales como Whatsapp (86%), Youtube (62%) e Instagram (60%) (IPSOS, 2020). En el 2021, se estima que en el Perú urbano hay alrededor de 13.8 millones de usuarios de redes sociales entre las edades de 18 y 70 años, lo que representa el 80% de la población urbana. En comparación con el año 2020, las plataformas de redes sociales que más crecieron en popularidad fueron Snapchat, Instagram y TikTok, sin embargo, Facebook sigue siendo una de las redes sociales más utilizadas en el país (IPSOS, 2021). Asimismo, esta elección no solo se debe a la gran cantidad de usuarios de internet en el país (en enero de 2021, el número de usuarios de internet en Perú se situó en 19.90 millones, lo que representa un aumento de 2.4 millones [+13%] en comparación con el año anterior (Kemp, 202). La penetración de internet en Perú se ubicó en el 60.0% en enero de 2021), sino también porque Facebook es conocido por ser un espacio donde se pueden encontrar más confrontaciones políticas entre conservadores, liberales y moderados (Vučković y Črnič, 2020; Sehl 2020). Además, Facebook tiene un fuerte vínculo con los comportamientos políticos en Latinoamérica que no poseen las otras redes sociales (Altamirano *et al.*, 2022).

La técnica de análisis utilizada es la semiótica visual concentrada en la retórica de la comunicación visual como sintaxis de la imagen productora de significación y distintos efectos de sentido más allá de la intención del productor de la imagen. Para garantizar la rigurosidad y homogeneidad en el análisis se parte de la perspectiva semiótica del Groupe μ , quienes han desarrollado investigaciones sobre la retórica general y la visual (Groupe μ 1993; 1987). A esta investigación se acopla la recomendación de Greimas (1994) quien sugiere que el estudio visual debe atender dos dimensiones de la imagen, el nivel icónico (grados de iconicidad) y el nivel plástico (cromático, eidético y topológico). Finalmente, se considera el estudio de los niveles iconológicos e iconográficos de Theo Van Leeuwen (2001). Desde este punto de vista epistemológico y metodológico, las imágenes recopiladas de los sindicatos fueron analizadas desde la retórica icónica y plástica a través de cuatro modos de la relación icónica-plástica (Groupe μ , 1993): *in absentia conjunto* (un enunciado visual ocupa el lugar de otro por sustitución), *in praesentia conjunto* (los dos enunciados visuales están expresados o fusionados en el mismo lugar pero se reconocen aún los rasgos de uno y de otro), *in praesentia disyunto* (dos enunciados visuales ocupan el mismo lugar pero sin sustitución) e *in absentia disyunto* (solamente un enunciado visual es expresado, el otro queda fuera del enunciado pero se encuentra determinado por el que está ausente). Los cuatro modos de retórica visual fueron identificados a partir del número de frecuencia de

aparición en el material gráfico recopilado. Con estos datos se armó un esquema gráfico que sigue la sugerencia del registro numérico de material icónico según Theo Van Leeuwen (2001) (ver Tabla 1).

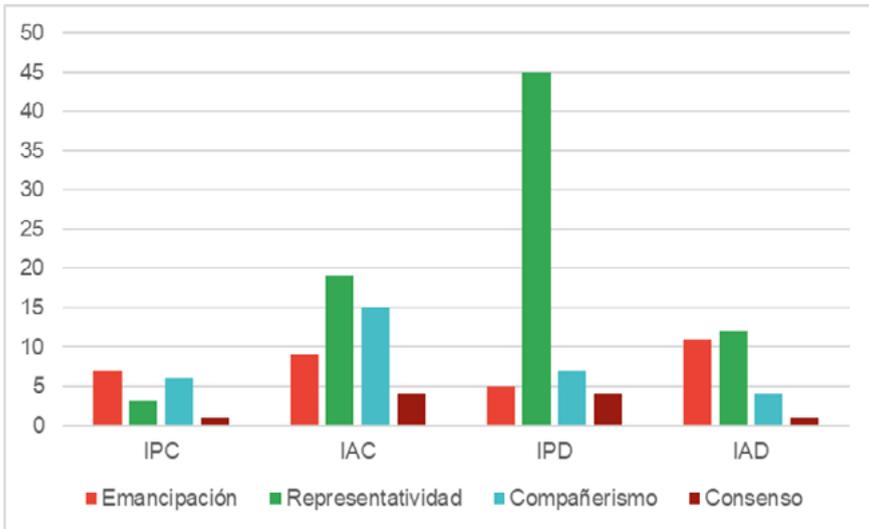
En cuanto a las limitaciones, es importante mencionar que durante la investigación algunas cuentas dejaron de estar operativas debido a la retirada del sindicato de la red social, y en un caso particular, la cuenta del Sindicato de Trabajadores Textiles y Químicos de Aris Industrial fue hackeada, borrándose su contenido. Asimismo, aunque los discursos hacen uso de referencias míticas (nivel iconológico) de la propaganda política, la limitación de la presente investigación es la ubicación geográfica del estudio, que se limita al contexto peruano. Esto impide extrapolar los resultados obtenidos a todos los movimientos sindicales en general.

Finalmente, de acuerdo con los procedimientos de investigación que siguen métodos similares, no se requirió obtener el consentimiento explícito de los sindicatos, ya que el estudio se enfocó en recopilar información disponible al público en general en los muros de los sindicatos en Facebook (Miller, 2022; Warren, 2020).

5. Resultados

A fin de poder esclarecer los resultados sobre los tipos de retórica visual en la comunicación digital de las organizaciones sindicales a través del material gráfico utilizado en la red social Facebook se organizaron las categorías temáticas de los discursos sindicales según: 1) la reiteración semántica de su discurso (saturación por isotopías) y 2) la relación lógica de los términos semánticos según las relaciones de contrariedad, contradicción y contrariedad sugeridas por la semiótica estructural (Greimas, 1987). De estas categorías discursivas se identificaron cuatro núcleos semánticos: emancipación (n=24), representatividad (n=63), compañerismo (n=21) y consenso (n=6). Del total de logotipos analizados (n=113) hubo 9 que no corresponden a ninguna de las categorías semánticas. Por sus rasgos indefinidos y plurivalentes, este estudio se concentró en aquellos que saturan el modelo vía la reiteración semántica del discurso sindical (saturación). Asimismo, se identificó el uso de cuatro tipos de retórica visual (icónica y plástica) utilizada por los sindicatos: *In praesentia conjunto* (IPC) (n=16), *In absentia conjunto* (IAC) (n=40), *In praesentia disyunto* (IPD) (n=55), *In absentia disyunto* (IAD) (n=26).

Tabla 1. Registro de la retórica visual utilizada por categoría semántica del discurso sindical



Fuente: Elaboración propia

El presente apartado pretende dar cuenta de las singularidades de cada una de estas retóricas subordinadas a los cuatro ejes temáticos identificados.

5.1. Retóricas de emancipación

La retórica de emancipación es un tipo de discurso visual construido por algunos sindicatos (n=24) a través de imágenes como logotipos y piezas gráficas autogestionadas, en las que se utiliza el puño levantado como un signo visual recurrente en el imaginario obrero. Esta temática se presenta en dos formas retóricas distintas: *in praesentia conjuncto* (IPC) e *in absentia disjuncto* (IAD).

En el caso de la retórica IPC, el puño levantado aparece como resultado de una emanación, un proceso de transformación que no se deshace completamente de su origen o fuente (véase la figura 1, imágenes 3 y 4). En este sentido, aún se pueden percibir los rasgos de un elemento (fábrica) en otro (puño), lo que crea una coincidencia e interpenetración entre los dos elementos. El efecto de sentido que se produce es la emanación, el proceso de transformación y el «nosotros» de la lucha obrera.

Figura 1. Fotomontaje de las piezas gráficas de la retórica de emancipación



Fuente: Recopilación propia de material gráfico de sindicatos extraídos de la red social Facebook.

Acompaña a esta retórica IPC la presentación del puño como retórica IAD, como mano cortada y presentada en una síntesis gráfica en el logotipo del sindicato. En este caso ya no hay un devenir, sino la omisión de un elemento que en ausencia determina al puño, que es la corporalidad humana. En este caso ya no se construyen efectos de sentido del puño como elemento desprendido de la comunidad, sino como símbolo de la motivación, de primer paso o condición de posibilidad para emprender la lucha. La mano es presentada como un símbolo, pero también como una motivación.

En ambos casos, sea si es IPC o IAD, las retóricas plásticas de *in absentia conjunto* (IAC) e *in praesentia disyunto* (IPD) suelen ser complementarias. Las primeras son utilizadas al nivel plástico, cuando se intercambia el color de piel de la mano por el rojo bermellón o merlot cargado semánticamente de unidades discretas como / actividad/, /movimiento/, /humanidad/, /conjunción/, /beligerancia/ (ver figura 1, imagen 1, 5 y 6). En cuanto a las retóricas de IAC se observa la integración de este puño en una agrupación icónica con otros signos visuales (ver figura 1, imagen 6) creando el sentido de yuxtaposición visual. Respecto a su nivel iconológico los principales motivos visuales son recuperados del simbolismo iconológico e imaginario sindical que es repetido en su gráfica. Uno de estos textos iconológicos empleados es el emblema diseñado en 1917 por los miembros del *Industrial Workers of the World* (IWW), una organización creada en Chicago en 1905 por socialistas estadounidenses con el propósito de fomentar la unidad y apoyo entre trabajadores en su lucha contra los empleadores.

Finalmente, la retórica gráfica de emancipación construye un mensaje confrontacional en la comunicación visual, mientras se complementa con el uso de otras imágenes utilizadas por el sindicato en la red social. Así, se identifican fotografías

de las protestas en el espacio público (ver figura 1, imagen 1), de personas marchando o desplazándose en la plaza, bloqueando carreteras y cerca de la policía. También se utilizan imágenes de algunos integrantes con carteles exigiendo demandas puntuales. Algunas frases reiteradas en el discurso son «Nunca Más», que se ha convertido en un grito de guerra en muchas manifestaciones sociales. Sin embargo, lo que también prima en la comunicación digital de las protestas es el uso de documentos y escritos sin intervención gráfica o retórica compleja.

5.2. Retóricas de representatividad

La retórica de representatividad es un tipo de discurso visual construido por un grupo considerable de sindicatos (n=63) a través de imágenes como logotipos y piezas gráficas autogestionadas, en las que se utilizan elementos representativos del tipo de sindicato o de la identidad nacional. Las temáticas de representatividad utilizan dos formas retóricas, las retóricas *in praesentia disjunta* (IPD) y las *in absentia conjunto* (IAC).

Las temáticas de representatividad utilizan de forma recurrente las retóricas IPD, tal como se puede apreciar en la tabla 1. Este tipo de retórica implica la presencia de dos o más entidades que coexisten en un mismo espacio visual sin que se produzca una sustitución entre ellas. En el caso de los elementos gráficos, no se trata de una sustitución, sino de la colocación de diferentes formas en un mismo lugar (ver Figura 2, imágenes 7, 8, 9, 10 y 11). El objetivo de esta técnica retórica es crear un efecto de sentido que sugiere una identidad surgida a partir de la combinación de elementos, o bien una simultaneidad de formas de vida que contribuyen a definir dicha identidad. En este sentido, la retórica ya no se limita a la búsqueda de la emancipación, sino que adquiere contenidos semánticos relacionados con la /peruanidad/ a través de la plasticidad cromática en el uso del rojo y blanco (ver figura 2, imagen 7, 8, 9, 10, 12), el /trabajo/ a través del uso de figuras icónicas relativas al rubro de la empresa privada o pública a la que pertenece el sindicato y la /identidad/, a través del uso de simbolismos de carácter más abstracto y de figuratividad menos dependiente del referente. Así, se abandonan los objetivos corporales (la mano y la actividad) de la emancipación para centrarse en la definición de la identidad a través de la representación (el rostro y el país).

Figura 2. Fotomontaje de las piezas gráficas de la retórica de representación



Fuente: Recopilación propia de material gráfico de sindicatos extraídos de la red social Facebook.

En cuanto a las retóricas de IAC utilizadas, se observa el mismo tratamiento que se dio a nivel plástico cromático en las temáticas de emancipación. En estas, el color «humano» fue sustituido por el color rojo, en connotación con la identidad peruana o, en otros casos, en referencia a los colores de la empresa privada o pública en la que los integrantes del sindicato desempeñan su trabajo asalariado. Asimismo, las retóricas IAD se encuentran presentes en el uso de elementos que sugieren otros enunciados visuales ausentes (potencialización) tales como las formas piramidales, la mirada hacia la izquierda del espectador o el sol. Respecto a su nivel iconológico, las retóricas de representación recuperan la estética del imaginario del artista gráfico peruano Félix Rebolledo Herrera, quien desarrolló a finales de los setenta material visual para los trabajadores metalúrgicos y metalmecánicos peruanos. Asimismo, la reiteración de la mirada esquiva -nunca frontal- del trabajador reitera la representación del obrero como un sujeto del hacer presente en la propaganda soviética de la década de 1920 ya que en 1930, la mirada del trabajador (ver por ejemplo el trabajo de Viktor Govorkov) es frontal en tanto que se lo retrata como sujeto del ser. El uso de las formas piramidales tiene referencias a la simbología iconográfica del poster *Piramide of Capitalist System* propuesta por el sindicato *Industrial Workers of the World* en 1911, mientras que la mirada hacia la izquierda de los rostros (ver figura 2, imagen 9 y 10) corresponde con la simbología iconográfica de las imágenes revolucionarias como *La Liberté guidant le peuple* de Eugène Delacroix o la propaganda leninista y stalinista del socialismo real, donde el líder mira hacia abajo a la izquierda, en referencia al «nosotros» real como interioridad nacional y colectiva opuesta a la mirada hacia la derecha que connota el futuro utópico y aspiracionalidad del líder («yo»). En menor medida se registran casos de retóricas IPC.

Por último, estas retóricas gráficas se ven acompañadas de imágenes sin intervención gráfica y de un uso excesivo del texto que, según el presente análisis, se debe a que el elemento crucial para los sindicatos es la demanda normativa (aprobación de leyes laborales y demandas ante el Ministerio de Trabajo), propio de un discurso político-legal.

5.3. Retóricas de compañerismo

La retórica de compañerismo es un tipo de discurso visual construido de manera regular por los sindicatos (n=21) a través de imágenes como logotipos y piezas gráficas autogestionadas, en las que se utilizan enunciados visuales entrelazados que producen efectos de sentido de compañerismo y relación. Las temáticas de representatividad utilizan dos formas retóricas, las retóricas *in absentia conjunto* (IAC) y *in praesentia disyunto* (IPD).

Figura 3. Fotomontaje de las piezas gráficas de la retórica de compañerismo



Fuente: Recopilación propia de material gráfico de sindicatos extraídos de la red social Facebook.

Las temáticas de unión tienen como objetivo construir un discurso que fomente la unificación y compañerismo de la asamblea sindical a través de enunciados visuales. Por lo tanto, se puede apreciar una recurrencia de signos visuales, como las manos entrelazadas o el retrato icónico de un pequeño grupo de personas (entre 5 y 7 individuos) que representan el compañerismo del sindicato pequeño (Ver figura 3, imagen 13, 14, 15, 16 y 19). En contraste con las temáticas discursivas anteriores (emancipación y representatividad), en las temáticas de unión se deja generalmente de lado el uso de la retórica plástica cromática del color rojo y se adopta una gama de análogos del verde y amarillo. De esta manera, se utilizan las retóricas IAC a nivel de la plasticidad, reemplazando los colores «humanos»

por aquellos verdes y amarillos (Ver figura 3, imagen 13, 14, 15) que connotan las siguientes unidades semánticas: /pacificación/, /compañerismo/, /reconciliación/ y /protección/. A nivel icónico, se utilizan las retóricas IPD para colocar los elementos gráficos en un mismo lugar y construir una identidad diferente a la del discurso de representatividad. En este caso, no solo hay menos gráficos superpuestos, sino que se encuentran colocados con mayor distancia unos de otros (ver figura 3, imagen 13, 14), lo que crea una identidad de cercanía (lo familiar) diferente a la identidad nacional del discurso sindical de representatividad.

5.4. Retóricas de consenso

La retórica de consenso es un tipo de discurso visual construido en un menor número de sindicatos (n=6) a través de imágenes como logotipos y piezas gráficas autogestionadas, en las que se utilizan elementos visuales que presentan una relación de acuerdo y/o negociación entre la empresa y el sindicato. Las temáticas de consenso utilizan dos formas retóricas, las retóricas *in absentia conjunto* (IAC) y *in praesentia disyunto* (IPD).

Figura 4. Fotomontaje de las piezas gráficas de la retórica de consenso



Fuente: Recopilación propia de material gráfico de sindicatos extraídos de la red social Facebook.

El discurso del consenso utiliza elementos visuales repetitivos, como el apretón de manos (*handshake*) entre la compañía (generalmente presentada en un color distinto) y lo que se entiende como un representante del sindicato. En muchos casos, este entrelazamiento presenta en menor medida la fusión de estos dos elementos visuales, lo que implica retóricas de IPC que buscan crear efectos de sentido de coordinación,

mutualidad, negociación o pacto. Sin embargo, es la retórica de IPD la que se privilegia, construyendo nuevamente la coincidencia del apretón de manos acompañado de otros elementos, como el mapa del Perú o un simbolismo propio del giro del sindicato.

6. Discusión y conclusiones

¿Cuáles son los usos de la retórica visual en el discurso digital de las organizaciones sindicales a través del material gráfico utilizado en la red social Facebook para construir una comunicación con la opinión pública y sus miembros? Para dar respuesta a esta pregunta la presente investigación considera que la comunicación digital en la red social Facebook propone un paradigma icónico diferente al paradigma lingüístico como suelen ser presentadas las agrupaciones sindicales («la palabra del trabajador»). Desde esta perspectiva epistemológica y metodológica, se ha identificado una recurrencia en la comunicación sindical a través de las retóricas visuales construidas en la red social Facebook que privilegian discursos visuales como la representatividad y la emancipación.

La identificación de la recurrencia de retóricas que recuperan elementos de la memoria cultural o iconográfica resuena con la advertencia de Marx (2018) quién destaca la importancia de que la revolución proletaria cree sus propios símbolos en lugar de adoptar los de revoluciones pasadas. Con ello, advierte sobre la necesidad de evitar la mera repetición de la iconografía pasada y en su lugar, buscar la diferencia (incluso en la repetición: «una vez más») al generar sus propios símbolos. En algunos casos los sindicatos repiten sin diferencia, es decir, sin valor de lucha de clases (constatando el axioma de Marx), mientras que otros sindicatos si repiten esa diferencia a través de su retórica. Esto sucede en las retóricas de emancipación y representación, las cuales presentan una falta de ruptura isotópica o temática en los enunciados visuales respecto de la iconografía histórica sindical como texto histórico (Bonnell, 1997; Korff, 1992). Y, no obstante, el uso de retóricas IAD en las retóricas de emancipación son congruentes con la investigación de Hakoköngäs y Sakki (2019) quienes señalan que la publicidad como herramienta de persuasión política suele utilizar al entimema (aquí IAD) como retórica eficiente para defender proyectos ideológicos y políticos.

Así, si bien las retóricas de emancipación y representatividad tienden a crear una interpretación canónica de la movilización política, también se ha constatado el uso de estéticas que se basan en la camaradería y la unión, las cuales crean imágenes en Facebook que son más diversas y divergentes mientras que las retóricas de consenso son residuales. La aparición de esta retórica emergente (compañerismo) nos permite interpretar tres cambios discursivos, a nivel temático, figurativo espacial y narrativo. Como tendencias temáticas emergentes en el discurso visual sindical peruano, se identifica la composición de un discurso de hermandad (el compañerismo) que innova en su producción de imágenes a la vez que se desprende de contenidos dis-

cursivos que apelan a la relación comunal (discursos de emancipación y representatividad) (Dhar y Ali Thuppilikkat, 2022). En este sentido, aunque las retóricas de emancipación y representatividad son las más utilizadas (n=87), son las retóricas de compañerismo y consenso (n=27) las que generan mayor diversidad en la creación de imágenes en Facebook. Se ha identificado que en las retóricas de compañerismo y consenso la calidad gráfica mejora así como la iniciativa a la creación de productos visuales. Tal es el caso del sindicato del Banco de Crédito del Perú, el Sindicato de trabajadoras y trabajadores del hogar región Lima (SINTTRAHOL) y el sindicato de Trabajadores obreros/as de Limpieza pública de Lima (SITOBUR). No obstante, como es el caso del sindicato del Banco de Crédito del Perú, también se pueden usar signos residuales en el logotipo como el apretón de manos (ver figura 3) a veces complementario con el discurso de compañerismo construido en su comunicación en Facebook. El simbolismo iconográfico del apretón de manos en las retóricas de consenso es presentada por Korff (1992) como un signo que se inspira en la idea religiosa de amor fraternal y el cual se convirtió en un gesto identificativo en las asociaciones de trabajadores en la década de 1840, siendo adoptado formalmente bajo el concepto de fraternidad por la organización «Fraternidad Obrera Alemana» (*Arbeiter-Verbrüderung*). De esta manera, el discurso consensual se encuentra en las antípodas del discurso de emancipación y representativo.

Ahora bien, las retóricas identificadas también suponen que el efecto de sentido producido a través de sus imágenes relata una tendencia espacial, es decir, que en las retóricas de emancipación y representatividad se construye una puesta en escena de una cultura sindical estatista mientras que en las retóricas de compañerismo y consenso una cultura sindical empresarial, fuera del Estado. Finalmente, las retóricas visuales producen narrativas distintas en cada discurso sindical, por un lado, narrativas unilaterales (sindicación y huelga) construidas por las retóricas de emancipación y representatividad mientras que, por otro lado, las narrativas bilaterales (negociación colectiva) construidas por las retóricas de compañerismo y consenso (Villavicencio, 2015). Esta identificación comulga con la advertencia de Jari Martikainen (2019) sobre los límites de las representaciones homogéneas (retóricas de emancipación y representatividad) del imaginario laboral para crear una heterogeneidad e inclusión en el grupo sindical.

La presente investigación ha tenido como objetivo realizar un acercamiento cualitativo al discurso sindical en redes sociales. No obstante, queda pendiente para futuras investigaciones la exploración de la relación entre los hallazgos obtenidos y las prácticas y actividades del sindicato fuera del espacio virtual. ¿Existen correlaciones entre las retóricas visuales empleadas y las formas en que los grupos y asociaciones sindicales se apropian del espacio público? Esta pregunta es especialmente interesante si se aborda desde la perspectiva de la convergencia mediática y de una semiótica de las situaciones en lugar de enfocarse en la división entre espacios de acción colectiva estratégicos (*off line/online*).

Referencias

- Altamirano-Benitez, Veronica; Ruiz-Aguirre, Pablo & Baquerizo-Neira, Gabriela (2022). Política 2.0 en Ecuador. Análisis del discurso y la comunicación política en Facebook. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, n° 80. Tenerife: Universidad de la Laguna, 201-223. DOI: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1539>
- Balbi, Carmen (1990). Sindicato, partido: dilemas de la democracia. En: *Revista Nueva Sociedad*, n° 110. Buenos Aires: Friedrich Ebert Stiftung, 101-109.
- Bellido de Luna, Daina (2022) Engaging with social media in a context of fragmentation and change: Chilean unions' use of the Internet and social media. En: *Employee Relations: The International Journal*, vol, 44, n°5. Reino Unido: Emerald Group Publishing, 1179-1191. DOI: <https://doi.org/10.1108/ER-03-2020-0139>
- Bonnell, Victoria (1997) *Iconography of power Soviet political posters under Lenin and Stalin*. California: The Regents of the University of California
- Bryson, Alex; Gomez, Rafael y Willman, Paul (2010) Online social networking and trade union membership: What the Facebook phenomenon truly means for labor organizers. En: *Labor history*, vol 51, n° 1. Reino Unido: Routledge, 41-53. DOI: <https://doi.org/10.1080/00236561003654719>
- Calderón, Aroma; Silva, Isai y Rosadio, Lucia (2020). ¡Primeras en organizarse, últimas en la academia! Una aproximación bibliográfica a los sindicatos de trabajadoras del hogar en el Perú. En: *La Colmena*, n° 13. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, 18-29.
- Carneiro, Bia (2018). Trade unions and Facebook: The need to improve dialogue and expand networks. En: *ETUI Policy Brief*, n° 5. Reino Unido: European Trade Union Institute, 1-8. DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3211823>
- Chen, Yan; Sherren, Kate; Smit, Michael y Lee, Kyung Young (2021). Using social media images as data in social science research. En: *New Media & Society*. Reino Unido: SAGE Publications, 1-23. DOI: <https://doi.org/10.1177/14614448211038761>
- Costa, Hermes y Carneiro, Bia (2021). Digital communication as a global challenge for trade unions: Lessons from Brazil and Portugal. En: *Tempo Social*, vol. 33, n°2. São Paulo: Universidade de São Paulo, 183-208. DOI: <https://doi.org/10.11606/0103-2070.ts.2021.182000>
- Crane, Rod (1986). Trade Union Advertising Campaigns: A Case Study. En: *Journal of Industrial Relations*, Vol. 28, n°2. Estados Unidos: SAGE Publications, 252-268 <https://doi.org/10.1177/002218568602800205>
- Cueto, Alejandra; Manky, Omar y Saravia, Sergio (2017). Un balance de los Estudios Laborales en Perú: 1990-2016. En: Manky, Omar (Ed.), *Trabajo y Sociedad, Estudios sobre el mundo del trabajo en el Perú*. Lima: CISEPA.

Dede, Eduardo y Dotta, Javier (2010). Militancia gráfica. Comunicación en organizaciones sociales en Uruguay. En: *Actas de Diseño*, n° 9. Buenos Aires: Universidad de Palermo, 84-87 DOI: <https://doi.org/10.18682/add.vi9.2769>

Deleuze, Gilles y Guattari, Felix. (2012). [1980] *Mil Mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Madrid: Pre-Textos.

Dhar, Dipsita y Ali Thuppilikkat, Ashique (2022). Gendered labour's positions of vulnerabilities in digital labour platforms and strategies of resistance: a case study of women workers' struggle in Urban Company, New Delhi. En: *Gender & Development*, vol. 30, n° 3. Reino Unido: Routledge, 667-686. DOI: <https://doi.org/10.1080/13552074.2022.2127574>

Fitzgerald, Ian; Hardy, Jane y Martinez, Miguel (2012). The Internet, employment and Polish migrant workers: communication, activism and competition in the new organisational spaces. En: *New Technology, Work and Employment*, vol. 27, n° 2. Reino Unido: Wiley-Blackwell Publishing, 93-105. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1468-005X.2012.00279.x>

Fuchs, Christian (2022). *Digital Capitalism Media, Communication and Society*. Volumen 3. Reino Unido: Routledge.

Geelan, Torsten (2022). The combustible mix of coalitional and discursive power: British trade unions, social media and the People's Assembly Against Austerity. En: *New Technology, Work and Employment*, Vol. 37, n°2. Reino Unido: Wiley-Blackwell Publishing, 161-184. DOI: <https://doi.org/10.1111/ntwe.12236>

Greimas, Algirdas Julius y Courtés, Joseph (1982). *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos.

Greimas, Algirdas Julius (1987). *Semántica estructural. Investigación metodológica*. Madrid: Gredos

Greimas, Algirdas Julius (1994). Semiótica figurativa y semiótica plástica. En: Hernández, Gabriel (Comp.). *Figuras y estrategias: en torno a una semiótica visual*. Madrid: Siglo XXI editores.

Groupe μ (1987). *Retórica general*. Barcelona: Paidós.

Groupe μ (1993). [1992] *Tratado del signo visual. Para una retórica de la imagen*. Madrid: Cátedra.

Hakoköngäs, Eemeli y Sakki, Inari. (2019). The past as a means of persuasion: Visual political rhetoric in Finnish dairy product advertising. En: *Journal of Social and Political Psychology*, Vol. 7, n° 1. Tréveris: PsychOpen, 507-524. DOI: <https://doi.org/10.5964/jspp.v7i1.1107>

Houghton, David y Hodder, Andy (2021) Understanding trade union usage of social media: A case study of the Public and Commercial Services union on Facebook

and Twitter. En: *New Technology, Work and Employment*, vol. 36, n° 2. Reino Unido: Wiley-Blackwell Publishing, 219-239. DOI: <https://doi.org/10.1111/ntwe.12209>

IPSOS (2020). Uso de Redes Sociales entre peruanos conectados 2020. Lima: Grupo IPSOS Consultado el 29 de marzo de 2023 en <https://www.ipsos.com/es-pe/uso-de-redes-sociales-entre-peruanos-conectados-2020>

IPSOS (2021). Redes sociales 2021. Lima: Grupo IPSOS. Consultado el 22 de marzo de 2023 en <https://www.ipsos.com/es-pe/redes-sociales-2021>

Kanashiro, Lilian (2013). Intoxicados de marketing, anémicos de política. Los sondeos de preferencia electoral en el Perú. En: De Oliveira, Ana Claudia (Comp.). *As interações sensíveis. Ensaios de sociosemiótica a partir da obra de Eric Landowski*. São Paulo: Centro de Pesquisas Sociosemióticas.

Kemp, Simon (2021). *Digital in Peru*. Vancouver: Hootsuite. Consultado el 22 de marzo de 2023 en <https://datareportal.com/reports/digital-2021-peru>

Korff, Gottfried (1992). From brotherly handshake to militant clenched fist: on political metaphors for the worker's hand. En: *International Labor and Working-Class History*, Vol. 42. Reino Unido: Cambridge University Press, 70-81. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0147547900011236>

Manky, Omar (2021). *Rostros del trabajo: desigualdad, poder e identidad en el Perú contemporáneo*. Lima: Universidad del Pacífico.

Martikainen, Jari (2019). Social Representations of Teachership Based on Cover Images of Finnish Teacher Magazine: A Visual Rhetoric Approach. En: *Journal of Social and Political Psychology*, vol. 36, n° 2. Tréveris: PsychOpen, 123-261. DOI: <https://doi.org/10.1111/ntwe.12209>

Martinez, Miguel y Walker, Steve (2005). The networked union? The internet as a challenge to trade union identity and roles. En: *Critical perspectives on international business*, vol 1, n° 2/3. Reino Unido: Emerald Group Publishing, 137-154. DOI: <https://doi.org/10.1108/17422040510595645>

Marx, Karl (2018). [1875] *El Dieciocho Brumario de Luis Bonaparte*. Madrid: Alianza Editorial.

Mejía, Carlos (2017). Mujeres trabajadoras en “sindicatos de hombres”: el caso de construcción civil. En: Manky, Omar (Ed.), *Trabajo y Sociedad, Estudios sobre el mundo del trabajo en el Perú*. Lima: CISEPA.

Miller, Chris (2022). How Modern Witches Enchant TikTok: Intersections of Digital, Consumer, and Material Culture(s) on #WitchTok. En: *Religions*, Vol. 13, n°2. Suiza: Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI), 1-22. DOI: <https://doi.org/10.3390/rel13020118>

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2018). *Organizaciones Sindicales Vigentes Lima Metropolitana*. Consultado el 10 de febrero de 2023 en <https://www2.trabajo.gob.pe/servicios/organizaciones-sindicales-vigentes/>

Muro-Ampuero, Eduardo y Bach, Carme (2019). Twitter: #agoravirtual de participación política y (re)producción de la opinión pública. En: *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, Vol. 78. Madrid: Universidad Complutense Madrid, 193-210. DOI: <https://doi.org/10.5209/clac.64378>

Panagiotopoulos, Panagiotis (2012). Towards unions 2.0: rethinking the audience of social media engagement. En: *New technology, work and employment*, vol 27, n° 3. Reino Unido: Wiley Blackwell Publishing, 178-192. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1468-005X.2012.00287.x>

Panayides, Omiros y Marina, Hadjilouca (2019). Branding collective actions: the analysis of visual semiotics used by active groups within the walls. En: Zantides, Evripides (Eds.) *Semiotics and Visual Communication III: Cultures of Branding*. New-castle: Cambridge Scholars Publishing.

Panfichi, Aldo, y Coronel, Omar (2014). Régimen político y conflicto social en el Perú: 1968-2011. En: Henríquez, Narda (Ed.). *Conflicto social en los Andes: protestas en el Perú y Bolivia*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Posso, Javier; Santacruz, Carlos Alberto y Novoa, Andres (2021) El génesis de la publicidad vernácula. En: *Cuaderno del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, n° 129. Buenos Aires: Universidad de Palermo, 203-218. DOI: <https://doi.org/10.18682/cdc.vil29.4882>

Salamon, Errol (2022) Media Unions' Online Resistance Rhetoric: Reproducing Social Movement Genres of Organizational Communication. En: *Macnagement Communication Quarterly* [Ahead of Print]. United States: SAGE Publications. DOI: <https://doi.org/10.1177/08933189221097067>

Saravia, Sergio (2016). “¡Ahora o nunca! #HuelgaEnRipley”: *El caso del Sindicato Único de trabajadores del grupo Ripley S.A Perú*. Tesis de Licenciatura. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Scaramuzzino, Gabriella y Scaramuzzino, Roberto (2020) Membership in the digital era: Swedish trade unions' use of Internet and social media. En: *Sociologisk forskning*, vol. 57, n° 1. Suecia: Swedish Sociological Association, 43-66. DOI: <https://doi.org/10.37062/sf.57.20171>

Sehl, Katie (2020). *27 datos demográficos de Facebook que debes saber en 2020*. Vancouver: Hootsuite. Consultado el 30 de marzo de 2023 en <https://blog.hootsuite.com/es/datos-demograficos-facebook-cm/>

Stokes, Peter John; Jones, Brian y Kline, Howard (2021). The Rhetoric and Realities of Internet Technologies on Trade Union Marketing: Marketing, Communications,

Resistance. En: *International Journal of Technology and Human Interaction (IJTHI)*, Vol, 17, n°2. Pensilvania: IGI Global, International Academic Publisher, 1-22.

Strickland, Jaime; Smock, Nina; Casey, Christopher; Poor, Timothy; Kreuter, Matthew y Evanoff, Bradley (2014) Development of targeted messages to promote smoking cessation among construction trade workers. En: *Health Education Research*, vol. 30, n°1. Reino Unido: Oxford Academic. DOI: <https://doi.org/10.1093/her/cyu050>

Sulmont, Denis (1976). El Movimiento Sindical en un Contexto de Re-formas: Perú 1968-1976. En: *Nueva Sociedad*, n° 26. Buenos Aires: Friedrich Ebert Stiftung, 39-62.

Van Leeuwen, Theo (2001). Semiotics and iconography. En Van Leeuwen, Theo y Carey, Jewitt (Eds.) *Handbook of visual náalisis*. Londres: Sage.

Vidal Jordán, José Antonio (2022). *Redes sociales como infraestructura para la acción colectiva: análisis del nuevo paradigma de los movimientos sociales en red*. Tesis de Maestría. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Villavicencio, Alfredo (2015) La negociación colectiva en el Perú: la hiperdescentralización y sus múltiples inconvenientes. En: *Derecho PUCP*, n° 75. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, 333-353. DOI: <https://doi.org/10.18800/derechopucp.201502.015>

Villavicencio, Alfredo (2010). *La libertad sindical en el Perú: fundamentos, alcances y regulación*. Lima: Organización Internacional del Trabajo.

Vučković, Milica & Črnič, Tanja Oblak (2020) Emotionalization and privatization of political communication on Facebook: Stimulating factors for citizens' interactions? En: *Media studies* Vol. 11, n° 22. Zagreb: Faculty of Political Science, 3-23. DOI: <https://doi.org/10.20901/ms.11.22.1>

Warren, Áine (2020). Altars for the Morrigan: the legitimizing agency of a goddess in the networked flow of authority of a YouTube sub-culture. En: *Journal of Contemporary Religion*. Vol. 35, n° 2. Reino Unido: Routledge, 287-305. DOI: <https://doi.org/10.1080/13537903.2020.1761632>

Yalán Dongo, Eduardo (2021). La creación del rito: análisis semiótico de la protesta sindical a través de la red social Twitter durante el estado de pandemia. En: *Contratexto*, n° 35. Lima: Universidad de Lima, 113-135. DOI: <https://doi.org/10.26439/contratexto2021.n035.4954>

