

2012년 멕시코 대선과 트위터, 그리고 #Yosoy132 운동과의 상관성 연구^{*,**}

조영현
서울대학교

조영현(2016), 「2012년 멕시코 대선과 트위터, 그리고 #Yosoy132 운동과의 상관성 연구」, 이베로아메리카연구, 27(2), 111-146.

초 록 #Yosoy132 운동은 2012년 멕시코 대선캠페인 기간에 출현했다. 트위터 같은 소셜 네트워크는 이 운동의 등장과 발전과정에서 탁월한 역할을 수행했다. 본 논문은 2012년 대선과 트위터, 그리고 #Yosoy132 운동과의 상관성에 대해 분석한다. 대선기간 이 운동은 페냐 니에토나 로페스 오브라도르와 같은 대선후보와 함께 중요한 정치적 행위자 중 하나였다. 이 논문은 #Yosoy132 운동의 등장으로 인해 세 명의 주요 대선후보의 트위터 상의 활동이 급격히 증가했다는 점을 주목한다. 그러나 이 운동은 각각의 후보들에게 다른 결과와 영향을 미쳤다. 엔리케 페냐 니에토의 대선과정에는 부정적으로 작용한 반면, 그의 경쟁자인 로페스 오브라도르에게는 긍정적인 영향을 미쳤다.

핵심어 #Yosoy132 운동, 네트워크 운동, 2012년 멕시코 대선, 엔리케 페냐 니에토, 트위터

* 이 논문은 2008년도 정부(교육인적자원부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2008-362-B00015).

** 이 논문은 2016년 6월 12일 개최된 한국라틴아메리카학회 하계학회에서 같은 제목으로 발표했던 글을 수정, 보완, 발전시킨 것이다.

I. 들어가는 말

우리는 새로운 정보통신기술이 인간을 서로 밀접히 연결시키고, 정보와 접속이 세계를 변화시키는 것을 직접 목격하면서 살고 있다. 단순히 정보화된 사회를 넘어서 마누엘 카스텔이 주장한 “네트워크 사회”의 도래를 확인하고 있는 것이다. 이런 네트워크 사회를 가능케 하는 토대는 인터넷의 보급과 확산, 그리고 새로운 소셜 미디어들의 등장이다. 이미 인터넷과 소셜 미디어들은 새로운 문화를 창조하고 사회를 바꾸는 핵심 매체가 되었다. 인터넷의 확산과 소셜 미디어를 사용하는 인구가 증가하면서 사회운동의 성격도 많이 달라졌다. 이것은 기존 정치지형에도 불가피한 변화를 야기하고 있다.

멕시코의 사파티스타 운동을 시작으로 사회운동은 인터넷과 같은 전자 네트워크를 중심으로 집단행동을 실천하고 조직화를 달성하기 시작했다. 그 후 1999년 시애틀의 세계무역기구(WHO) 반대투쟁이 일어났다. 한국에서도 2008년 광우병 문제가 ‘미국산 쇠고기 수입 반대 촛불집회’로 발전하는데 소셜 미디어와 인터넷이 결정적인 역할을 했다. 2010년 튀니지에서 촉발된 ‘아랍의 봄’, 2011년 스페인에서 시작된 ‘5월 15일 운동’, 미국의 ‘월가점령시위’ 등은 해당 국가의 체제모순을 폭로하는 것이었다.

앞에서 언급한 운동들로부터 직·간접적인 영향을 받은 네트워크 사회운동이 2012년 멕시코에서 출현했다. 이 운동도 유튜브 동영상이 계기가 되었고, 페이스북이나 트위터를 통해 확산되었다는 점에서 앞서 언급한 사회운동들과 맥을 같이 한다. 정치적으로 매우 민감한 대선캠페인 시기에 등장한 #Yosoy132 운동은 미디어의 정보 왜곡, 그리고 미디어와 정치권력과의 결탁을 비판하며 민주화 논의에 불을 댕겼다. 이 대학생 주도의 운동은 대선이라고 하는 국민적 관심이 집중된 정치행사 기간 중에 출현했다. 이 운동은 스마트폰, PC, 노트북을 자유자재로 이용하는 도시지역 중산층, 특히 대학생이 주도한 것이었다(Sosa Plata 2012).

#Yosoy132 운동이 출현한지 이미 4년이 지났지만 이 운동에 대한 연구는 아직 많지 않은 편이다. 2012년과 2013년 사이에 출판된 단행본들은 주로

운동에 가담했던 학생들과의 인터뷰나 이 운동의 공식적 성명서들을 모아놓는 수준에 그쳤다.¹⁾ 그 후 이 운동의 기원과 발전과정을 연대기 차원에서 기술하는 책들이 주로 소개되었지만 깊이 있는 책들은 아니었다.²⁾ 그러나 레오나르도 피게이라스 타피아(Figueiras Tapia 2013)가 편저한 책 『Del 131 al #YoSoy132. Elección 2012』는 대선과정과 #Yosoy132 운동을 연결시켜 분석하고 있다는 점에서 본격적인 #Yosoy132 관련 연구서라고 평가할 수 있다.

시간이 지나면서 #Yosoy132 운동과 관련된 의미 있는 연구물들이 나오기 시작했다. 루이스 호수에 곤살레스 푸엔테스(Josué González Fuentes 2012)는 자신의 논문에서 #Yosoy132 운동이 웹 2.0을 기반으로 한 사회변혁 투쟁이었다는 점을 강조했다. 그는 도구적 측면에서 웹 2.0이 멕시코 젊은이들의 정치참여를 촉진했다고 분석했다. 우고 루이스 산체스 구디뇨(Luis Sánchez Gudiño 2013)는 학생운동과 미디어 권력들 간의 투쟁이라는 맥락과 관점에서 #Yosoy132 운동을 분석했다. 오마르 세리요 가르니카(Cerrillo Garnica 2013)도 학생운동이라는 측면을 강조했다. 집합행동(La acción colectiva) 내의 커뮤니케이션과 정체성에 초점을 맞추어 #Yosoy132 운동을 연구했다. 테레 에밀리아노(Emilino 2013)는 신사회운동이라는 측면에서 #Yosoy132 운동을 분석하고, 이 운동과 관련해서 소셜 네트워크 역할의 중요성을 역설했다. 기오마르 로비라 산초(Guioimar Rovira Sancho)는 전통적 미디어들이 시민들의 시위나 항의를 공개적으로 범죄시 하는 경향이 있다는 것을 지적하며, 최근의 사회운동들이 대안 커뮤니케이션 매체로 디지털 네트워크를 선택했다는 점을 강조했다. 그는 #Yosoy132 운동이 네트워크 사회운동이고 새로운 집합행동의 양식이라고 주장했다. 동시에 온라인 뿐 아니라 오프라인 운동과 밀접히 연결

1) 글로리아 무뇨스 라미레스(Gloria Muñoz Ramírez)의 책 『#YoSoy132』가 대표적이다.

2) 로베르토 곤살레스 비야레알(González Villarreal, 2013)이 쓴 『El acontecimiento #YoSoy132. Crónicas de la multitud』과 헤수스 갈린도 카세라스와 호세 이그나시오 곤살레스 아코스타(Galindo Cáceres e Ignacio González-Acosta, 2013)가 쓴 『#YoSoy132. La primera erupción visible』가 대표적이다.

된 일종의 하이브리드한 측면이 있다는 점도 부각시켰다(2013). 점차 전문적인 학자들 뿐 아니라 직접 #Yosoy132에 참여하거나 직접 시위를 지켜본 젊은 이들이 자신의 학위논문 테마로 이 운동을 선택하면서 연구의 지평을 넓혔다.³⁾ 하지만 #Yosoy132 운동과 페이스북, 트위터, 유튜브 등 SNS를 직접적으로 분석한 연구는 매우 희소하다.⁴⁾ #Yosoy132 운동을 트위터와 연관지어 분석한 연구자는 산도발 알마산(Sandoval Almazán), 에스테베 델 바예(Esteve del Valle), 토레스 나벨(Torres Nabel), 아르나우 몬테르데(Arnu Monterde) 정도다.

본 연구는 2012년 대선과 트위터, 그리고 #Yosoy132 운동과의 상관성에 대해 살펴보려는 목적을 가지고 있다. 먼저 대선 기간에 트위터 상에서 #Yosoy132 운동이 어떻게 출현했고, 어떤 커뮤니케이션 과정을 거쳐 오프라인운동으로 진화했는지 파악해 볼 것이다. 그리고 주요 대선후보들의 트위터 관련 자료를 분석하고, 트위터 상의 트윗 내용을 가시화해 볼 것이다. 또한 트위터 상에서 특정 주제에 대한 관심과 지지를 드러내는 방식이자 수단인 해시태그를 분석할 것이다. 여기서는 Yosoy132와 연결된 해시태그들이 해당될 것이다. 이와 함께 이 운동의 주요 행위자들의 유형과 성격도 간단히 파악해 볼 것이다. 이것은 간접적으로나마 대선정국에서 #Yosoy132 운동이 정치적으로 어떤 영향력을 끼쳤는지 살펴보기 위한 것이다.

3) 야나 엘다 팔라시오스 카누다(Elda Palacios Canuda 2013)는 이 운동의 정체성과 조직화 과정을 연구한 정치학 석사 논문을 제출했고, 페데리코 모랄레스 시에라(Morales Sierra 2014)는 #Yosoy132 운동 출현 초기 40일간 주요 신문과 잡지에 언급된 이 운동 관련 기사와 글들을 분석한 논문으로 역사학 석사 학위를 받았다.

4) 페이스북의 경우 초기 이베로아메리카대학교 학생들 사이에서 주요한 커뮤니케이션 수단으로 이용되면서 #Yosoy132 운동 출현에 중요한 기여를 했다. 페이스북은 이용자들의 프로필을 이용해 가족, 동료, 친구, 지인 등과 인간관계의 증진과 교제를 강화시키는 대표적인 소셜 미디어로서 '친구맺기'가 핵심이다. 주로 동류집단 혹은 포래집단(Peer group)이 소셜 네트워크를 구성한다. 따라서 외부의 연구자들이 필요한 정보를 즉각적으로 파악하기에는 어려운 점이 많다. 그런 이유 때문인지 페이스북과 #Yosoy132 운동과의 연관성을 분석한 글은 거의 없다. 그나마 SNS를 직접적으로 분석한 극소수의 연구는 주로 트위터에 집중되어 있다. 트위터는 매우 개방적이며 팔로워 관계를 통해 누구에게나 쉽게 접근이 가능하다. 또한 선거에도 많이 이용되고 있으며 다양한 분석도구들이 개발되어 분석을 용이하게 하는 장점이 있다.

II. 이론적 고찰

기존의 사회운동 이론들로는 21세기 들어 나타나는 새로운 형태의 집합행동과 사회적 현상을 설명하는데 많은 어려움이 있다. 사회운동의 질적인 변화는 사회적 행위자들이 새로운 정보통신기술을 이용해 네트워크를 구축하고 사회·정치적 이슈에 공동으로 투쟁하면서 나타났다. 디지털 기술의 발전은 기존 사회운동이 가졌던 지리적 한계나 집단행동에 필수적인 거래비용을 절감시켜주었다(김승한·김명준 2012, 9). 21세기 사회운동은 특히 ‘개방성’, ‘비폭력성’, ‘집단지성’, ‘동시 다발성’, 지도자의 부재와 평등한 연대를 의미하는 ‘수평성’이 중요한 특징으로 등장했다(이향우 2012). 이런 네트워크 구축은 정보의 확산, 여러 운동조직 간의 연결과 접속, 그리고 집단 정체성 확립에 기여했다. 동시에 네트워크는 기존 사회운동과 다르게 커뮤니케이션 방식, 동원의 형태, 조직화, 투쟁의 내용과 전략, 집합 정체성의 형성 과정을 변화시켰다. 일부 사회운동은 대표나 리더를 거부하고 스스로 개별 자격으로 의사를 표명하면서 사회운동의 대표성 위기를 초래했다. 또한 노조나 정당 등 기존 조직들의 지원 없이 독자적인 기획 하에 즉흥적으로 출현한 운동들이 나타났다. 위계적인 조직관계가 아닌 수평적 관계들이 중시되는 현상 때문에 집합행동 자체 뿐 아니라 행동들을 연계하는 네트워크나 허브 같은 측면에 대한 연구의 필요성이 대두되었다.

오늘날 사회운동은 사회적 관계망이 강조된다. 이 관계망을 마뉴엘 카스텔은 상호 연관된 결절(node)의 집합으로 네트워크라 명명했다. 그는 사회운동의 네트워크적 특성을 강조하며 ‘네트워크 사회운동(Networked social movement)’이란 용어를 사용했다. 이런 유형의 사회운동은 네트워크 기술을 바탕으로 한 느슨하면서 준 자발적 연대를 형성한다(2008; 2009; 채영길 2014, 91; 김승한·김명준 2012, 15). 카스텔이 네트워크 운동의 조직적 특성을 더 강조했다면 베넷과 서거버(Bennett and Segerber)는 집합행동이 보이는 ‘개인화(personalization)’라는 관점에 더 초점을 맞추었다. 그들에 따르면, 네트워크는 “복수의 소속과 정체성 그리고 풍부한 네트워크 접속을 자랑하는 디지털

로 서로 연결된 개인들”이다(이항우 2012, 259 재인용). 따라서 소셜 미디어를 통해 구축된 네트워크에서는 개인들의 주체성이 강조된다.

디에고 리베라 에르난데스(Diego Rivera Hernández)는 최근 사회운동이 웹 2.0 서비스에 기반하고 있고, 이것이 새로운 전지구적 동원 문화와 커뮤니케이션 문화를 이끌고 있다고 주장했다(2014, 67). 잘 알려진 것처럼 웹 2.0 시대의 토대는 정보의 개방, 공유, 참여에 있다. 인터넷 사용자는 정보의 소비자인 동시에 생산자가 된다. 따라서 정보의 흐름이 일방적인 웹 1.0과 구분된다.⁵⁾ 웹 2.0의 환경은 소셜 미디어의 출현과 확산에도 기여했다. 개방형 온라인 플랫폼인 소셜 미디어들은 소셜 네트워크를 기반으로 개인들 간의 정보나 커뮤니케이션 강화, 그리고 상호 교제의 확장을 가능케 했다. 이것은 탈중앙화, 상시 접속, 개방화, 다대다(many to many)의 쌍방향 관계를 창출, 동류집단 교제 촉진으로 사회화 강화, 접속과 참여의 강화 등의 특징을 보인다. 네트워크 사회 운동이 강한지 약한지는 각국의 상황에 따라 달라지지만 기본적으로 인터넷 보급률과 사회인구학적 측면에 따라 결정된다. 구체적으로 정치체제의 성격, 시청각 미디어의 개방성 정도, 시민사회의 조직화 정도에 따라 달라진다(Welp 2016, 418).

정치, 사회적 변혁 문제에 있어서 네트워크와 집합행동 사이에 관계가 더욱 밀접해 지고 있다. 개인들이 네트워크를 통해 운동에 참여하면서 ‘네트워크화된 공중(Networked public)’을 만든다. 개인적 분노나 불만족은 소셜 미디어를 통해 집단적 분노로 표출된다. 이때 소셜 미디어는 정치적 의사표현이나 참여를 용이하게 할 뿐 아니라, 동원의 통로이자 그것을 주도하는 엔진 역할을 한다. 호세 마누엘 로블레스(José Manuel Robles)는 “인터넷이나 가상공간을 통해

5) 웹 1.0이 단순한 사이트들의 집합체적 성격이라면 웹 2.0에서는 어플리케이션을 제공하는 하나의 완전한 플랫폼들이 작동한다. 브리타니카 백과사전이 웹 1.0의 특징을 보여준다면, 위키피디아와 트위터, 페이스북, 유튜브 등은 2.0 시대의 특징을 잘 보여준다. 웹 2.0에서는 각기 다양한 독립성을 가진 개인이나 집단의 참여와 협업으로 위키피디아처럼 통합된 지성을 탄생시킬 수 있다. 웹 2.0은 일부 패쇄적 성격의 열린 네트워크인 웹 1.0 네트워크와 달리 완전히 열린 개방형 네트워크이다.

정치·사회적 권리의 일부나 전체를 행사하는 개인이나 시민”을 ‘디지털 시민’이라고 정의했다. 그는 디지털 시민의 권리를 누리기 위해서는 기본적으로 주민들이 인터넷에 자유롭게 접속할 수 있어야 하고, 중간 단계 이상의 기술을 이용할 수 있는 숙련도를 가지고 있어야 한다는 점을 강조했다(Natal 2014, 38 재인용). 소셜 미디어와 네트워크는 일반인의 소통 능력을 배가시킬 뿐 아니라 정치적 역량도 강화시킨다. 2008년 미국 대선에서 버락 오바마가 대통령에 당선될 수 있었던 배경에는 정치지도자와 지지자들 사이를 강화시켜주는 SNS 전략에서 상대 후보를 압도했기 때문이다. 트위터와 같은 소셜 미디어는 최근 세계 각지의 사례에서 보듯이 혁명의 촉매제 역할을 한다. 소셜 미디어는 동원과 조직 역량을 강화시키는데 있어서 다른 대중매체보다 강력한 영향을 미친다(이향우 2012, 256). 호수에 곤살레스 푸엔테스는 소셜 미디어나 웹 2.0의 환경은 사회운동의 토대가 되는 못자리(seminario) 역할을 하며, 정치참여를 증진시킴으로써 사회변혁이나 혁명의 유용한 도구가 되고 있다고 주장했다(Gonzalez Fuentes 2012, 77).

로비라 산초는 소셜 미디어를 기존의 정치무대를 전복시키는 역할을 하는 대안 미디어로 평가했다. 그는 소셜 미디어 기기와 사회운동이 자연스럽게 결합하면서 ‘시민 저널리즘’이 형성된다는 입장이다. 이 시민 저널리즘이 정부나 기존 전통 커뮤니케이션 미디어들의 헤게모니 담론에 대항하는 수단이 되고 있다고 주장한다(2013, 110). 세리요 가르니카(Cerrillo Garnica)는 전통 미디어가 시민들의 시위나 저항을 공개적으로 범죄화하는 경향이 있어 사회운동들이 디지털 네트워크와 같은 커뮤니케이션 매체를 대안으로 선택한다는 점을 강조했다(2013).

네트워크를 이용하는 시민들에 의해 정향되고 통제되는 소셜 네트워크들이 자율적으로 구축되면서 ‘사이버 액티비즘(Cyber-Activism)’이 활성화되고 ‘스마트 몹(Smart mob)’이 나타났다. 사이버 액티비즘은 사이버 공간을 점유하는 정치, 사회적 목적을 가진 제반 유형의 사회운동을 포괄한다. 스마트 몹(Smart mob)이란 용어는 2002년 미국의 사이버 사회학자 하워드 라인폴드(Howard

Rheingold)가 최초로 사용했다. 스마트 몸은 휴대폰과 모바일 장비, 메신저, 이메일 등 첨단정보통신기술로 무장하고 정치, 경제, 사회 전반의 이슈에 적극적으로 개입하고 영향을 미치며 상황을 개선시키려는 적극적이고 영리한 군중을 가리킨다. 따라서 가상공간(온라인)에 머물며 만족하는 것이 아니라 SNS 등을 통해 거리 시위, 항의, 행진 등 정치적 활동을 제안하고 조직하며, 오프라인까지 자신들의 영향력을 확산하려는 모습을 보인다(Martínez Nemecio 2015, 4607). 네트워크에서 시작된 항의나 저항행동이 거리나 광장 등 물리적인 공간까지 확장된다. 따라서 가상적인 영역과 현실적인 영역 모두에 영향을 미치는 하이브리드한 측면을 보인다.

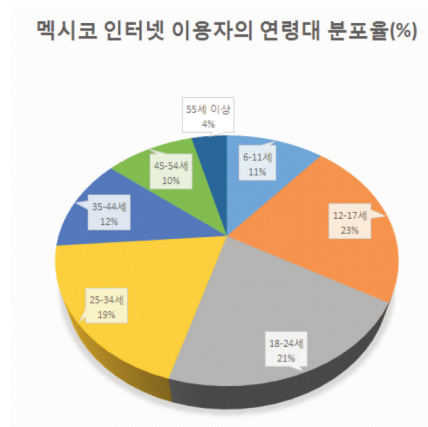
하워드 라인골드는 소셜 미디어가 조직화를 위한 플랫폼을 제공하지만 동시에 네트워크화된 공중이 참여하는 대안적 공론장의 기능도 가지고 있다는 점을 강조했다(채영길 2014, 92 재인용). 여기서 지적인 대안적 공론의 장은 직접적으로 정치영역과 연결된다. 소셜 미디어는 이미 선거 아젠다나 여론형성 과정, 그리고 선거결과에 막강한 영향력을 끼치고 있다. 정치인들은 정보 공유와 관계 지향, 그리고 자신의 홍보수단으로 소셜 미디어를 이용한다. 시민들도 이 매체를 활용해 정부 정책이나 법안 등에 직·간접적으로 영향을 미친다. 또한 선거운동이나 투표, 정치에 영향을 미치는 단체나 운동을 조직하는데 소셜 미디어는 탁월한 역량을 보인다. 마르크 에스테베 바예(Marc Esteve Valle)가 언급한 것처럼 옛 권력구조가 점차 약화되고 권력이 네트워크에 점차적으로 집중되어가는 경향이 나타나고 있다(2015, 106).

그러나 사이버 민주주의와 관련된 논쟁에서 드러나는 것처럼 아직 소셜 미디어와 네트워크 사회운동, 그리고 정치참여 문제에 대한 연구자간 합의나 통일된 학술적 노선이 나타나지는 않고 있다. 또한 소셜 미디어나 네트워크 사회운동은 가능성과 함께 그 한계 또한 지적되고 있다. 사회관계의 불평등이 ‘정보격차(digital divide)’를 초래하고 있다는 것이다. 즉 “소셜 미디어 이용기술, 접근 가능성, 그리고 필요성은 모두에게 공평하게 주어진 것이 아니라, 지역, 소득, 인종에 따라 분명히 차별화 되어 있기 때문에 네트워크 사회운동은 사회 일

반의 참여를 통한 공중을 형성시킬 수 없다”(채영길 2014, 93)는 점이다. 또한 소셜 미디어와 네트워크 사회운동이 폭발성과 확장성은 강하지만 이슈가 지속되기 어렵고, 리더나 공고한 조직적 기반이 없기에 단기적 집합행동으로 끝나고 마는 한계가 있다.

III. 멕시코 디지털 현황

멕시코는 비교적 인터넷 보급률이 낮고 사회 전반적으로 디지털화가 천천히 진행되는 나라이다. 게다가 국내 지역 간 편차도 매우 심한 편이다. 인구가 가장 많은 멕시코 주가 가장 많은 인터넷 사용 인구를 보유하고 있고, 다음으로 멕시코시티, 그리고 할리스코 주 순으로 대도시에서 주로 몰려있다. 치아파스와 와하카처럼 농촌 지역의 인터넷 이용자는 극소수로 도시와 농촌의 정보 격차가 매우 크다(Lara Caballero 2014, 79-89). 멕시코 내 인터넷 사용 인구는 2006년 2,020만 명 수준이었지만 2011년에는 4,020만 명으로 증가했고, 2012년에는 4,510만 명을 기록했다. <표 1>을 보면, 인터넷 이용자 중 18세부터 24세의

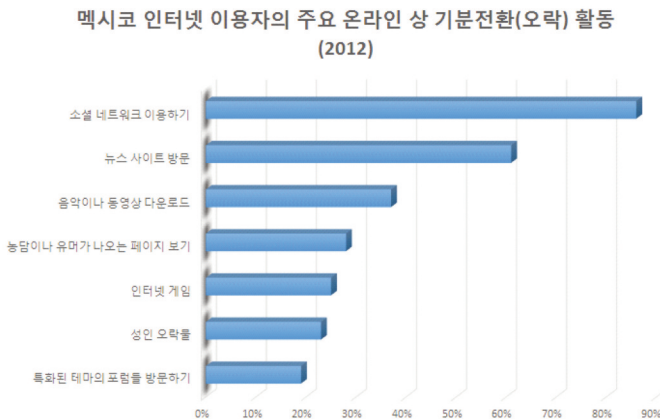


<표 1> 멕시코 인터넷 이용자의 연령대 분포

출처: 멕시코 인터넷 협회인 AMIPCI 2013; 원출처 INEGI 2012 자료임. AMIPCI 자료에 근거해 저자 작성

연령층에 해당하는 비율은 21%이며, 25세부터 34세까지의 비율은 19%이다. 이 둘은 합치면 40%에 해당하는 수치이다. 멕시코도 다른 나라와 마찬가지로 젊은 층의 인터넷 이용률이 매우 높은 편이다. 주로 18세에서 24세 연령대에 해당하는 대학생들이 주도한 #Yosoy132 운동을 생각하면 위의 수치는 큰 의미가 있다고 할 것이다.

2014년 AMIPCI 자료에 따르면, 인터넷 접속이 주로 이루어지는 곳은 가정, 직장, 학교 순이었고, 그 다음으로는 공공장소나 인터넷 카페 순이었다. 주로 와이파이 접속권을 구입하여 인터넷을 사용하는 경우나, 공공장소에서 공짜로 접속하는 경우들이 대부분이었다. 주 중 인터넷 접속 비중은 요일 간 큰 차이가 없었지만 상대적으로 금요일이 가장 높았고, 주말을 가족과 함께하는 문화 때문에 토요일과 일요일은 상대적으로 접속률이 현격히 떨어졌다. 일일 인터넷 접속 평균시간은 5시간 36분으로 전년도 대비 26분 67초 더 증가했다(AMIPCI 2014; Natal 2014). 어떤 장비를 이용해서 인터넷에 접속하는가라는 질문에 노트북(59%), PC(57%), 스마트폰(49%) 순서라고 응답했다. 스마트폰 보급률이 증가하고 사용자가 늘면서 10명 중 5명의 네티즌이 스마트폰을 통해 인터넷에 접속했다(AMIPCI 2014).



〈그림 1〉 멕시코 인터넷 이용자의 주된 온라인 상 기분전환 활동(인터뷰 대상자: 2,329명)
출처: AMIPCI, 2012 자료에 근거해 저자 작성

〈표 2〉 멕시코에서 소셜 네트워크의 이용(인터뷰 대상자: 2,282명)

소셜 네트워크	해당 소셜 네트워크를 사용하는 멕시코 네티즌 비율(%)	매일 접속률(%)	스마트 폰에서의 접속률(%)
페이스북	90	90	46
유튜브	60	77	23
트위터	55	61	47
구글+	34	44	20
Hi5	25	10	8

출처: AMIPCI, 2012 자료에 근거해 저자 작성

2012년 AMIPCI의 조사에 따르면, 멕시코에서는 인터넷 사용자가 온라인을 통해 가장 많이 하는 일은 메일 확인과 발송이었고(80%), 소셜 네트워크에 접속하는 것(77%)이 그 뒤를 이었다. 그리고 정보 검색(71%)이 세 번째 주된 활동으로 나타났다. 위의 <그림 1>에서 확인할 수 있듯이 인터넷 이용자 열 중 여덟 이상은 주로 남는 시간을 보내거나 즐기기 위해 온라인 상에서 소셜 네트워크를 하고 있는 것으로 나타났다. 멕시코에서도 소셜 네트워크 이용의 중요성이 점차 증가하고 있는 것을 확인할 수 있다.

<표 2>에서 확인할 수 있는 것처럼 멕시코 사람들이 가장 많이 이용하는 소셜 네트워크는 페이스북(90%)이고, 유튜브(60%)나 트위터(55%)도 많이 사용하고 있다. 매일 접속률도 페이스북, 유튜브, 트위터 순이었다. 스마트폰으로 접속하는 경우는 47%로 트위터가 가장 높았다.

트위터는 2008년에야 멕시코에 소개되었고, 2009년에야 일반인들에게 알려지기 시작했다. 2009년 4만개의 트위터 계정이 개설되었고, 2010년에는 14만개로 확대되었다. 2011년에는 410만개였던 것이 2012년 들어서는 1,070만개로 증가했다. 2012년 초반 기준 멕시코 전체 인구의 10% 정도가 트위터 계정을 가지고 있는 것이다.⁶⁾ 2011년 12월 미토프스키(Mitofsky) 여론조사에 따르면, 트위터 사용자들의 연령대의 60%는 18세에서 30세에 해당되며, 90%는 멕시코시, 몬테레이, 과달라하라 등 도시에 거주한다. 또한 트위터 가입자의

6) 『프로세스소』(2012), <http://www.proceso.com.mx/301644>

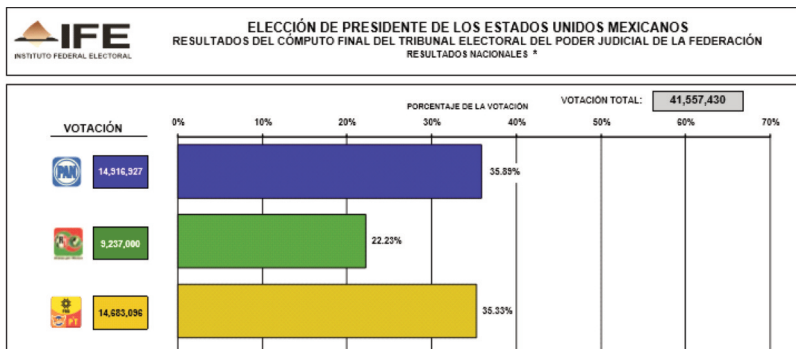
31.6% 학사학위나 그 이상의 학력을 소지하고 있다(Esteve del Valle 2015, 109 재인용).

IV. 2012년 멕시코 대선, 트위터, 그리고 #Yosoy132 운동

1. 2012년 멕시코 대선 전의 정치 상황과 ‘방송정치’

멕시코 정치체제의 특징은 강력한 대통령 중심제라는 점이다. 1934년 이후 재선이 불가능한 6년 단임제를 유지하고 있다. 단 한 차례의 선거에서 다수표를 획득한 사람이 대통령이 되는 시스템이다. 멕시코 혁명이후 제도혁명당(PRI)은 2000년까지 한 번도 권력을 놓은 적이 없었다. 2000년 대선에서 최초로 국민행동당(PAN)의 비센테 폭스가 대통령에 당선되면서 정권교체가 이루어졌다. 2006년 대선에서 국민행동당 후보 펠리페 칼데론이 다시 당선되면서 12년간 국민행동당이 멕시코를 통치했다. 보수정당이 정권을 잡았지만 제도혁명당 통치 시기와 비교해 이념적 측면이나 정치적 의미에서 급격한 변화는 없었다.

<그림 2>에 나타나듯이 2006년 대선에서 국민행동당의 펠리페 칼데론 후보(35.89%)는 좌파 민주혁명당의 로페스 오브라도르(35.33%)에게 0.56%의



〈그림 2〉 선거재판소가 발표한 멕시코 대선 최종 컴퓨터 집계 결과(주요 3당 집계)

출처: IFE

근소한 차이로 간신히 승리했다. 그러나 야당 후보는 선거 과정의 불공정성, 정부의 개입, 미디어 재벌 텔레비사의 편파성 등 여러 문제를 제기하며 자신의 패배를 인정하지 않았다.

칼데론 대통령은 2006년 대선이후 부정선거 논란에 휩싸이자 이를 벗어나기 위한 국면전환 카드로 ‘마약과의 전쟁’을 선포했다. 군인들까지 치안문제에 끌어들었지만 성과는 없었고, 멕시코는 치안부재의 ‘실패한 국가(El estado fallido)’로 전락했다. 그의 집권기간 동안 6만 명 이상이 조직범죄, 테러, 마약 문제로 목숨을 잃었다. 희생자들 속에는 무고한 시민들도 많이 포함되어 있었다. 국민행동당 12년 집권기는 제도혁명당에게 멕시코 정치체제를 성찰할 수 있는 기간이었을 뿐 아니라 재집권의 가능성을 확인시켜 준 기간이었다. 국민행동당이 멕시코 국민의 염원인 사회복지 향상, 경제성장, 국가개혁, 그 어느 것도 달성하지 못하고 무능한 정권의 모습만 보여주었기 때문이었다. 2006년 대선에서 제도혁명당은 22% 밖에 득표하지 못했지만, 2011년 지방선거 이후 약진의 발판을 마련했다.⁷⁾ 한편 거대 미디어 기업들은 멕시코의 대의체제를 점점 더 왜곡시키며 민주주의 체제 자체를 위협하고 있었다. 텔레비사와 TV아스테카 두 미디어 기업이 방송시장의 90% 이상을 독점했다. 이 두 기업은 멕시코에서 여론형성에 막대한 영향력을 행사하고 있었다. 특히 텔레비사는 멕시코에서 ‘보이지 않는 권력’이 아닌 ‘실제 권력’이라고 불릴 만큼 노골적인 정치적 영향력을 행사했다. 1951년 첫 TV 방송국 개국이후 제도혁명당의 전폭적 지원 아래 급성장했다. 텔레비사는 제도혁명당의 충견(忠犬) 노릇을 자임했다(조영현 2013, 38). 엘리트 정치인들과 패권 정당 그리고 언론방송재벌 간의 유착은 멕시코 정치의 퇴행을 가져왔다. 특히 2000년 이후 제도혁명당이 패권을 상실하자 미디어 재벌의 영향력과 존재감은 더욱 커졌다. 미디어와 정치가 결합된 ‘방송정치’에 대한 비판이 증가했고, 비판적 언론은 이런 사실을 고발했다. 2005년 시사주간지 『프로세소』는 페냐 니에토를 대통령으로 만들기 위한

7) 당시 32개 주(州) 중에서 20개의 주를 제도혁명당이 통치하고 있었고, 500개의 하원 의석 중 237석을 차지하고 있었다(조영현 2012, 17).

매스컴 전략이 시작되었다고 고발했고, 2012년 영국의 일간지 가디언은 텔레비사가 페냐 니에토 후보를 지원하는 다양한 매스미디어 프로그램을 제도혁명당에 팔았다고 폭로했다(2012.6.11; 조영현 2013, 37). 로페스 오브라도르도 2006년 대선 직후 정당과 미디어의 유착이 정치적 중립성을 훼손하며 멕시코의 민주화를 저해한다고 비판했다. 그리고 텔레비사의 반로페스 오브라도르 캠페인에 대해 항의했다(Candón Mena 2013, 7). 미디어 권력은 정치, 경제, 사회 모든 분야에 영향력을 행사하지만 특히 언론과 방송시장을 독점한 상황에서는 그 힘이 더욱 커지는 경향이 있다. 웰프에 의하면, 멕시코 사회에서 텔레비사는 자신들과 결탁한 정치가가 선거에서 이기게 할 수 있고, 자기 회사에 위협적인 정치가로 판단되는 정치가를 무너트릴 수 있는 힘을 가지고 있을 정도로 막강하다(Welp 2016, 429).

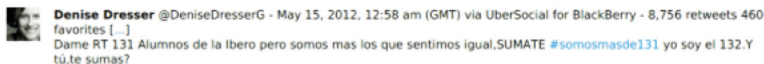
2. #Yosoy132 운동과 트위터

#Yosoy132 운동은 멕시코 대선캠페인 과정이라는 정치적으로 매우 민감한 시기에 등장했다. 그 발단은 엔리케 페냐 니에토 제도혁명당 후보가 5월 11일 이베로아메리카대학교에서 한 강연과 이에 대한 방송의 왜곡 보도 때문이었다. 페냐 니에토는 멕시코 주 주시사로 근무할 당시 발생한 아텍코 사태(Los disturbios de Atenco)⁸⁾에 대해 청중의 질문을 받아 자신의 진압명령이 정당했다고 항변했다. 진압과정에서 사망자가 발생하고 인권유린이 자행됐음에도 이에 대한 사과나 반성이 없었다. 청중들은 그에게 야유를 퍼부었다. 그는 청중의 비난과 항의 속에서 도망치듯 학교를 빠져나올 수밖에 없었다. 언론과 방송은

8) 멕시코시티 국제공항의 수용능력 한계로 인해 신공항 예정지로 산 살바도르 아텍코 지역이 포함되자 토지수용 문제로 정부와 주민 간의 갈등이 폭발하며 다수의 희생자와 인권유린이 발생했다. 2006년 5월에는 신공항 프로젝트가 백지화 된 뒤에도 멕시코 정부와 주민 간의 갈등은 계속되었고, 멕시코 주의 경찰과 주민 간의 충돌과정에서 한 명의 사망자와 207명의 주민이 체포되었다. 5명의 외국인이 추방되었고, 26명의 여성들이 경찰에 체포된 상태에서 성폭행을 당했다. 인권단체들은 멕시코 주 정부의 과잉진압과 공권력 남용을 비판했다. 이 사태와 관련해서는 최윤국(2010)의 논문을 참조하시오.

외부세력에 의한 보이콧 속에서도 강연이 성공적이었다는 왜곡보도를 내보냈다. 거의 모든 신문과 방송이 같은 사진과 내용으로 도배되었다. 제도혁명당과 그의 연대 세력들은 이 사태 뒤에 정치적 음모와 배후가 있다는 주장을 폈다. 강연에 참석한 많은 사람들이 페냐 니에토의 경쟁자인 로페스 오브라도르와 가까운 사람들이며 학생도 아니고 선동꾼들이라고 주장했다(Gonzalez Villareal 2013, 61). 그러자 이베로아메리카대학교 방송학과 학생들은 페이스북을 통해 5월 11일 강연회에 참석했던 학생들을 수소문하기 시작했다. 강연에 참석했던 학생들이 신분증을 내 보이며 자신들이 동원된 사람이 아니라는 내용의 짤막한 동영상 찍어 보내자 이것을 편집해 5월 14일 유튜브에 “131 alumnos de la Ibero responde”란 이름으로 탑재했다.⁹⁾ 이 비디오는 그 후 6시간 만에 21,747번 재생되면서 빠르게 퍼져나갔다(Candón Mena 2013, 3). 트위터에서는 해시태그 #131 Alumnos de la Ibero에 1,100개의 멘션이 달렸고, 몇 시간 후에는 급속히 늘어 12,000개로 증가했다(Gonzalez Villareal 2013, 63).

트위터에서 처음으로 Yosoy132라는 이름을 언급하고 제안한 것은 학생들이었다. 과달라하라의 대학생(@aochoad)은 자신의 136명의 팔로워에게 “Felicidades a 131 alumnos de la Ibero, yo soy 132”라는 메시지를 보냈고, 비슷한 시간 아구아스칼리엔테스 지역의 한 젊은이(@1ricardovargas)는 “Comenzamos con un nuevo hashtag. #Yosoy132, den le RT”라고 제안했다(Martínez Nemecio 2015, 4612). 학생들 간 소통과정에서 처음으로 해시태그가 등장한 것이다. 유명한 정치평론가 데니스 드레서(Denise Dresser)는 5월 15일 자신의 트위터 계정에 다음과 같이 포스팅하면서 이베로아메리카대학교



〈그림 3〉 Denise Dresser의 트윗

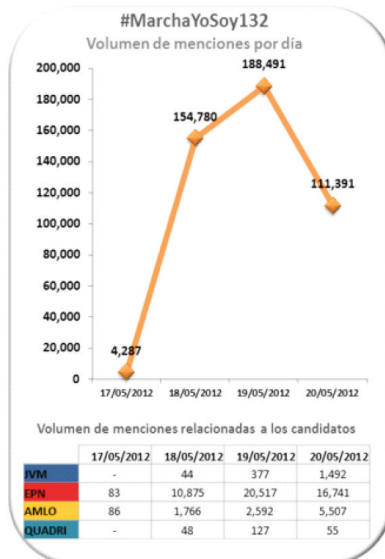
출처: Martínez Nemecio 2015, 4613.

9) <https://www.youtube.com/watch?v=P7XbocXsFkI> 참조

학생들에게 연대를 표했다.

<그림 3>에 표시된 이 트윗은 그녀의 242,550명의 팔로워를 통해 8,756번 리트윗되었다. 해시태그 #Yosoy132 등장은 디지털 공간에 새로운 정체성을 만드는 계기를 제공했다. 학생들은 www.yosoy132.mx, www.yosoy132media.org 등의 웹페이지를 만들고, www.facebook.com/yosoy132 도 개설했다. 트위터에서도 #Yosoy132와 연계된 새로운 해시태그들이 등장했다. 대표적인 것은 5월 17일 처음 등장한 #MarchaYosoy132였는데 이 해시태그는 주로 네트워크 운동과 거리시위, 행진, 저항콘서트 등을 연결해주는 역할을 했다. 이 해시태그를 통해 첫 시위 소집공고가 나왔다. 17일 이후 4일간 트위터 상에서 트렌딩 토픽(Trending topic)을 기록했다. 대선 정국에서 대선후보 관련 트윗을 압도하는 상황이 벌어졌다.

<그림 4>를 보면 하단에 표기된 대선후보(JVM, EPN, AMLO, QUADRI)



<그림 4> #MarchaYosoy132의 일일 멘션의 수

출처: <http://aristeguinoticias.com/2205/post-elecciones/la-marchayosoy132-tambien-robo-camara-en-twitter/>

관련 멘션들은 미미한데 비해 #MarchaYosoy132에 대한 멘션이 상대적으로 많다는 것을 알 수 있다. 5월 19일에는 188,491번의 멘션을 기록했다. 이 사이트는 5월 18일에서 21일 사이에도 많은 관심을 받았다. 초기에는 주로 IBERO, ITAM, ANAHUAC, TEC DE MONTERREY 등 명문 사립대 학생들이 주도로 참여해서 텔레비사 방송국 앞에서 시위를 펼쳤다. 진실을 추구하고 올바른 보도를 촉구하는 시위였다. 젊은이들이 미디어의 민주화를 요구한 것이다.

주요 국내 언론들은 #Yosoy132 운동이 온라인상에서 거리 시위로 확산되고 있다는 기사들을 내보냈다. 해외 주요 언론들도 멕시코의 이런 네트워크 운동이 출현한데 대해 관심을 가지기 시작했다. BBC는 #Yosoy132 운동을 다루면서 “멕시코의 봄”이란 부제를 붙였다. 아르헨티나의 일간지 라 나시온(La Nación)은 “멕시코 학생들이 미디어와 정치 왜곡에 대해 행진하고 있다”라는 기사를 썼다. 동시에 젊은이들이 동면 상태에 있던 멕시코 대선 선거전을 흔들어 깨우고 있다는 것도 강조했다(Martínez Nemecio 2015, 4619). 시위와 행진에 대해 기자, 예술인, 학자, 시민, 전국 각지의 대학생들이 동조하는 메시지를 보내기 시작했다.

5월 19일에는 페냐 니에토에 대해 반대하는 행진이 있었다. 이것은 본격적인 오프라인 투쟁의 서막을 알리는 것이었다. 시위 계획은 트위터와 페이스북을 통해 공지되었다. 첫 시위에는 멕시코 시에서만 4만 6천명이 참여했다. 본격적인 오프라인 투쟁이 전개되기 전부터 이미 온라인상에서, 특히 트위터와 페이스북 같은 SNS상에서 문제의식과 그것에 대한 공감이 확산되고 있었다. 이것에 대해 마울레온(Mauleón)은 다음과 같이 평가했다- “메시지는 한 계정에서 다른 계정으로 건너뛰며 전파되었다. 항의의 폭풍이라는 씨앗이 심어졌다. 이 주 후에 4만 6천명의 학생들이 곧 거리를 휩쓸었고, 이들은 갑작스런 정치세력으로 부상했다”(Rovira Sancho 2012, 8 재인용). 대학생들은 언론과 방송의 민주화를 요구하는 탄원서를 낭독했다. 23일에는 텔레비사 앞에서 시위를 벌였고, 6월 8일에는 #Yosoy132 운동에 동조하는 어나니머스(Anonymous)가 제도혁명당 홈페이지를 공격했다. 이 네트워크 운동이 주도한 시위나 저항

행동은 7월 1일 투표일 이전까지 계속되었다.¹⁰⁾ 전국 각지에서 동시 다발적인 집단행동이 연출되었다. 트위터를 비롯한 SNS는 대학생 뿐 아니라 시민들을 동원하는데 탁월한 역할을 수행했다.

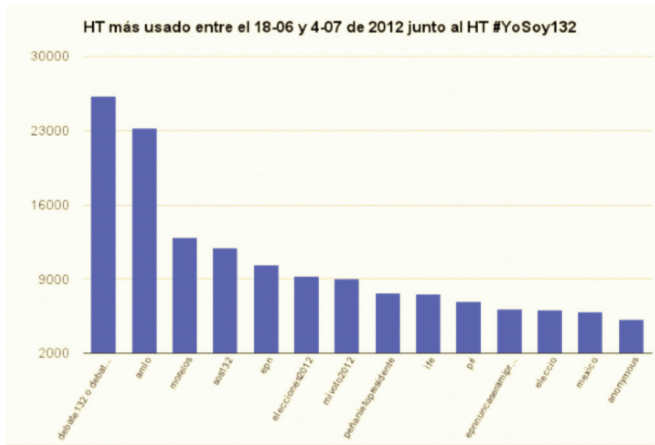
6월 19일에는 #Yosoy132 운동 주관으로 ‘제3차 대선후보 토론회’가 개최되었다. 멕시코의 중앙선관위 밖에서 이루어지는 첫 번째 대선후보 토론회였다. 이것은 전례가 없던 일이었다. 페냐 니에토는 자신에 반대하는 세력들이 조직한 토론회가 불공정하다는 이유로 불참했다. 토론회는 유튜브와 SNS 등 다양한 인터넷 매체를 통해 생중계되었다. 토론회 직후 유튜브에서는 관련 동영상 이 하루만에 20만 번 재생되었다. 트위터에서는 #Debateyosoy132와 관련해서 19일 하루 동안 32만 번의 멘션이 이루어지면서 다시 트렌딩 토픽을 기록했다. 『역사를 만든 140 트렌딩 토픽(140 trending topics, que hicieron historia)』이란 책에서 #Debateyosoy132는 가장 중요한 해시태그 중 하나로 인정받았다(Martínez Nemecio 2015, 4623). #Yosoy132 운동과 이와 관련된 해시태그들은 트위터에서 여러 번 트렌딩 토픽을 기록했다.

<그림 5>는 2012년 6월 18일부터 7월 4일까지 가장 많이 이용된 해시태그들과 “Yosoy132”라는 단어가 포함된 트윗 수를 표시한 것이다. 이 그래프에는 “Yosoy132”를 가장 많이 언급한 해시태그 Yosoy132는 표시하지 않았다.¹¹⁾ 이것 외에 나머지 해시태그들에서 “Yosoy132”를 언급한 해시태그 중 존재감이 큰 것들은 선거(elecciones2012, ife, eleccion 등)나 대선 후보(amlo, epn, pn, peñanietopresidente, epnseramipresidente 등), #Yosoy132 운동(mivoto2012, debate132, sos132 등)과 관련된 것들이다. 위에 언급한 시기 동안 #debate132는 #Yosoy132운동과 직접 연결된 해시태그로 존재감이 가장 컸다.

<그림 6> 아르나우 몬테르데(Arnau Monterde)와 그의 연구자들이 2012년

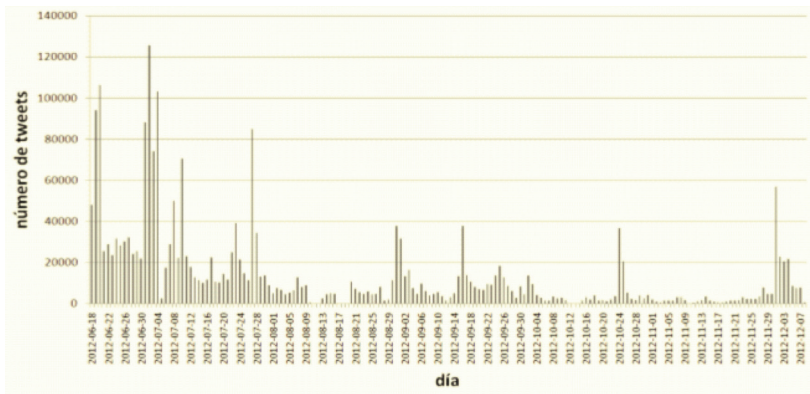
10) Irene Elise Hamborg(2014), pp. 126-134, #Yosoy132 운동의 정치참여와 활동일람표 참조.

11) 이 그래프는 해시태그 #Yosoy132는 표시하지 않았다. 이 해시태그에서 “Yosoy132”라는 단어가 언급된 것은 760,000번 이었다.



〈그림 5〉 2012.6.18.부터 7.4.까지 #Yosoy132와 함께 많이 사용된 해시태그

출처: Arnau Monterde 2015, 26.



〈그림 6〉 날짜 별 트윗 수의 분포

출처: Arnau Monterde 2015, 29.

6월 18일부터 2012년 12월 7일까지의 ‘Yosoy132’와 관련된 트윗과 리트윗 2,410,180개를 시기별로 표시한 것이다.¹²⁾

<그림 6>을 보면, 트윗의 분포가 날짜별로 매우 불규칙하게 드러난다. 월별

12) 아르나우 몬테르데(Arnau Monterde)와 그의 연구자들은 el filter de la API de Streaming de Twitter라는 방법을 사용해서 관련 트윗들을 수집했다. <그림 6>은

로 보면 6월은 526,054번(13일간), 7월은 1,010,843번, 8월은 192,977번, 9월은 310,196번, 10월은 150,810번, 11월은 68,956번 이었다(Arnau Monterde 2015, 28). 위 그림 상에서 트윗이 많은 기간은 주로 중요한 멕시코의 정치일정이나 특정 이슈가 있던 시기이다. 예를 들면, 6월 19일 ‘제3차 대선후보 토론회’, 7월 1일 멕시코 대선 투표일, 7월 27일 텔레비사 방송사 포위 시위, 8월 30일 선거재판소의 페냐 니에토 최종 승리 확인과 대통령의 의회 국정보고 반대 투쟁, 9월 16일 멕시코 독립기념일, 12월 1일 페냐 니에토 대통령 취임식 등이 그것이다. 여기 언급한 날짜는 정치, 사회적 사건이나 행사가 있어 국민적 관심이 집중된 기간이다. 위의 날짜들을 앞뒤로 해서 #Yosoy132 운동의 투쟁도 증가했고 구성원 간 소통도 활발했다. 트윗 수의 증가는 이런 상황이 반영된 것이다. 전체적으로 보면 7월 1일 대선 투표가 끝난 후 ‘Yosoy132’ 관련 트윗 수가 급감했다는 것을 알 수 있다.¹³⁾ 대선 이후 부정선거나 투표함 재개표 논란 등으로 일정 수의 트윗이 있기는 했지만 주요 정치일정이나 이슈에 따라 증가 폭이 컸음을 알 수 있다. 이것으로도 #Yosoy132 운동이 멕시코 대선이라는 정치적 일정과 정치 이슈와 밀접한 연관이 있었던 운동임을 알 수 있다.

3. 2012년 멕시코 대선과 #Yosoy132 운동의 영향

멕시코 대선기간 동안 SNS상에서도 제도혁명당, 국민행동당, 민주혁명당(PRD) 소속 세 후보 간 경쟁은 계속되었다. 페냐 니에토는 2011년부터 트위터를 시작했다. 몇 주 지나지 않아 10만 명 이상의 팔로워를 확보했으며, 대선 캠프

#Yosoy132 운동의 시작단계인 5월 11일 이후부터 ‘제3차 대선후보 토론회’까지는 다루지 않았다. 이 시기는 #Yosoy132운동에서 가장 역동적인 시기에 해당한다고 할 수 있다. #Yosoy132 운동의 조직화 단계에서 학생들 사이에 혹은 운동 내부에서 많은 논쟁과 토론, 거리시위 등이 있었던 시기라고 할 수 있다. 따라서 이 시기가 가장 활발하게 트위터가 이용된 시기라는 점을 상기할 필요가 있다.

- 13) #Yosoy132 운동은 대선 캠페인 과정에서 출현했고, 대선과 밀접한 관련이 있었기 때문에 투표가 끝나고 당선자의 윤곽이 어느 정도 드러나자 운동의 동력이 눈에 띄게 약화되었다. 학생들이 반대했던 엔리케 페냐 니에토가 1등을 하자 선거결과에 대한 실망감과 좌절감이 트위터와 같은 SNS의 활동 약화에 영향을 미친 것이다.

〈표 3〉 주요 대선후보의 2012년 대선기간 트위터 이용

대선 후보	트위터 이용/ 해당 월과 증가율	4월	5월	월별 증가율(%)	6월	월별 증가율(%)
페냐 니에토	팔로워	599,493	742,848	23.9%	837,419	12.7%
	트윗 발송	682	942	38.1%	1,173	24.5%
	팔로잉	82	82	0%	85	3.6%
바스케스 모타	팔로워	607,113	796,927	31.2%	911,559	14.2%
	트윗 발송	2,255	2,696	19.5%	3,147	16.7%
	팔로잉	819	932	13.7%	1,078	15.6%
로페스 오브라도르	팔로워	418,827	609,165	45.4%	761,505	25.0%
	트윗 발송	1,585	1,624	2.4%	1,677	3.2%
	팔로잉	860	860	0%	786	-8.6%

출처: Sandoval Almazán 2012, 8-11; Esteve del Valle 2015, 115.

페인 시작 직전 팔로워 수가 급상승했다.

<표 3>은 주요 삼당 대선후보의 2012년 대선기간 트위터 이용을 분석한 것이다. 2012년 4월 599,593명이던 팔로워 수가 6월이 되자 837,419명으로 증가했다. 같은 기간 로페스 오브라도르는 418,827명에서 761,505명으로 늘었다. 국민행동당의 호세피나 바스케스 모타 후보는 607,113명에서 911,559명으로 증가했다. 가장 많은 팔로워 수를 거느린 것은 바스케스 모타였다. 그러나 5월 한 달 가장 많은 팔로워 증가율을 보인 것은 로페스 오브라도르였다. 45.4% 증가했고, 페냐 니에토는 23.9%, 그리고 바스케스 모타 후보는 31.2% 증가했다. 로페스 오브라도르의 팔로워 수가 급증한 것과 5월 11일 이후 #Yosoy132 운동이 출현한 것과 무관해 보이지 않는다.

트위터에서 대선후보자들을 향한 부정적 트윗과 긍정적 트윗을 분석한 Social Media Intelligence 자료에 의하면, 페냐 니에토는 전체 트윗 중 긍정적 트윗이 41.9%인 반면 부정적 트윗은 58.0%였다. 바스케스 모타의 경우는 27.3%가 긍정적 트윗이었고, 72.7%가 부정적 트윗이었다. 반면 로페스 오브라도르는 긍정적 트윗이 64.4%였고, 부정적 트윗은 35.5%였다(Esteve del Valle 2015, 118 재인용). 페냐 니에토와 바스케스 모타에 대한 부정적 트윗이 많은 반면, 로페스 오브라도르는 긍정적 트윗이 압도적으로 많았다.

〈표 4〉 멕시코 트위터 이용자들 정서에 기초한 유권자의 투표 의사에 대한 시기별 변화

기 간	로페스 오브라도르	엔리케 페냐 니에토	호세피나 바스케스 모타
4월 6일부터 12일까지	40.2%	36%	23.6%
4월 29일부터 5월 5일까지	37.2%	28%	34.7%
5월 6일부터 12일까지	39.5%	23.6%	36.7%
6월 3일부터 9일까지	38.3%	26.6%	27.6%
6월 17일부터 23일까지	47.9%	23.5%	25.5%

출처: Esteve del Valle 2015, 117 재인용. 원출처는 Monitoreo Eletroral en Mexico(2012). 세 후보의 합이 100%가 안 되는 이유는 표에는 표기하지 않았지만 제 4의 후보가 있기 때문이다.

<표 4>는 멕시코 트위터 이용자들 정서에 기초한 유권자들의 투표 의사에 대한 시기별 변화를 보여준다. 주의깊게 봐야 할 것은 페냐 니에토 후보에 대한 트위터 상 투표의사가 점차 낮아지는데 비해 로페스 오브라도르는 큰 변화가 없다가 후반부로 갈수록 그 수치가 높아진다는 점이다. 이는 5월 중순 경 출현해서 강력한 반(反)페냐 니에토 운동을 전개한 #Yosoy132 운동과 연관성이 있어 보인다. #Yosoy132 운동이 출현한 이후인 6월 3일부터 23일까지의 변화를 보면, 페냐 니에토는 지지율이 떨어지고, 로페스 오브라도르는 47.9%까지 상승하며, 바스케스 모타는 큰 변화가 없는 것으로 나타났다. 에스테베 델 바예(Esteve del Valle)는 위에 나타난 데이터에 근거해 적어도 트위터 상에서 대통령은 로페스 오브라도르였다는 점을 강조했다(2015, 121). 그러나 트위터는 멕시코 유권자 전체의 견해를 반영하지 않고 특정한 계층이나 세력의 견해가 강조되어 반영된다는 한계가 있어 실제 유권자의 투표 성향과 일치하지 않는다. 특히 멕시코와 같이 정보격차가 큰 나라에서는 더욱 그렇다.

칸돈 메나(Candón Mena)는 #Yosoy132 운동의 참여자들과 소셜 미디어의 상관관계에 대해 주목했다. 이 운동에 가담한 대다수 학생들이 정치적으로 페냐 니에토에 대해 반감을 가진 반면, 전부는 아니지만 상당수 참여자들이 로페스 오브라도르에게 더 호의적인 태도를 보였다는 점을 강조한다(2013, 9-10). 여기에는 민주혁명당이 도시지역 젊은이들이나 학생들을 적극 지원했고, 멕시코 시립대를 설립하는 등 교육에도 적극적이었다는 점이 중요하게 작용했다.

TV이나 라디오, 신문 등 전통미디어 매체와 페냐 니에토가 강력히 밀착된 상황에서 상대적으로 제도혁명당의 장악력이 아직은 약한 SNS 같은 미디어에 로페스 오브라도르가 자신의 역량을 집중할 수밖에 없었다는 지적은 상당히 개연성이 있어 보인다. 이런 상황과 관련해서 멕시코의 중앙선관위 의장을 지낸 호세 월덴버그(José Woldenberg)는 다음과 같이 평가했다.

제도혁명당 당원들은 전통적 선거전에서 매우 숨씨가 있었다. 그러나 소셜 네트워크는 어떻게 접근하는 지 잘 모르는 새로운 영역이었다. 게다가 늦게 대응을 시작했다. 좌파와 로페스 오브라도르는 전통적 미디어에 대한 불신 때문에 SNS에 집중했고, 이 영역에서 아주 효과적인 위치를 점했다.(Candón Mena 2013, 10)

<표 5>는 대선캠페인 기간 하루 4만회 이상의 트윗을 기록한 해시태그를 나타낸다. 대선캠페인 기간이기 때문에 Yosoy132 운동과 관련된 것들과 함께 엔리케 페냐 니에토나 로페스 오브라도르와 관련된 해시태그들이 주를 이룬다. 흥미로운 것은 앞에서도 언급했듯이 페냐 니에토와 관련된 해시태그는 주로 부정적인 내용의 트윗이라는 점이다. <표 5>에서는 유일하게 #PeñaNieto Presidente만이 페냐 니에토를 지지하는 긍정적 내용을 포함하고 있었다. 또한 로페스 오브라도르는 주로 긍정적인 내용의 트윗이 많았지만 일부는 부정적 해시태그들도 포함되어 있다는 점을 주의할 필요가 있다. 경쟁력 있는 후보였기 때문에 보수세력과 같은 적대세력의 공세가 집중된 측면이 있기 때문이다. <표 5>는 대선기간 4만회 이상의 트윗을 기록한 해시태그들을 표시하고 있다. 트윗 수에 볼 때 #Yosoy132 운동과 관련된 해시태그, #Yosoy132,¹⁴⁾ #La Marcha Yosoy132, #DebateYosoy132, #SOS132, #MIVoto2012들도 트위터 상에서 대선 기간 상당한 영향력이 있었다는 것을 보여준다. 대선후보 엔리케

14) 여기서 #Yosoy132 운동과 해시태그 #Yosoy132를 구별할 필요가 있다. 이 논문에서 #Yosoy132는 #Yosoy132 운동과 관련된 하나의 해시태그이고, #Yosoy132 운동은 #Yosoy132를 포함해 수많은 다양한 해시태그로 표현된 네트워크 사회운동 전체를 의미하는 것이다. 이것은 온라인 뿐 아니라 오프라인의 조직과 운동까지를 포함하는 명칭이다.

〈표 5〉 대선기간 4만회 이상의 트윗을 기록한 해시태그

행위자	날짜	해시태그	전체 트윗	후보에게 끼친 영향
AMLO	5월 6일	#HoyGanamosconAMLO	66,000	P
EPN	5월 8일	#ChingatuMadre	69,493	N
EPN	5월 11일	#MeEscondoenelBañocomoEPN	47,000	N
Yosoy132	5월 18일	#Yosoy132	61,698	
Yosoy132	5월 18일	#LaMarchYosoy132	65,464	
AMLO	5월 20일	#ApoyomunialAMLO	75,462	P
AMLO	5월 21일	#EstudianteconAMLO	49,752	P
AMLO	5월 31일	#SubeAMLOBajaElPeso	47,842	N
AMLO	6월 1일	#ConAMLOTIemblaElPeso	74,000	N
AMLO	6월 2일	#UnaCharolaParaElPeje	79,000	N
AMLO	6월 6일	#AMLOenTercerGrado	71,785	P
EPN	6월 9일	#EnriquePrroNieto	40,300	N
Yosoy132	6월 19일	#DebateYosoy132	111,000	
AMLO	6월 24일	#MiVotoEsPorAMLOPorque	125,000	P
AMLO	6월 27일	#TodoMexicoEnElZocaloConAMLO	86,000	P
Yosoy132	6월 27일	#SOS132	82,000	
Yosoy132	7월 1일	#MIVoto2012	206,000	
EPN	7월 1일	#PeñaNietoPresidente	164,000	P
AMLO	7월 1일	#HoyVotoPorAMLO	172,000	P

출처: Esteve del Valle 2015, 122. 행위자에서 로페스 오브라도르는 약자로 AMLO로, 페냐 니에토는 EPN로 표기했다. 후보자에게 끼친 영향이 긍정적이면 P(positivo), 부정적이면 N(Negativo)로 표기했다.

페냐 니에토나 로페스 오브라도르처럼 #Yosoy132 운동도 정치에 상당한 영향을 미쳤던 주요 행위자 중 하나였음을 알 수 있다. 특히 #Yosoy132 운동이 페냐 니에토와 제도혁명당, 거대 미디어 기업들에 대한 비판적 견해에서 출발했음을 상기한다면 적어도 페냐 니에토 후보의 선거캠페인에 부정적으로 영향을 미쳤으리라는 것을 유추할 수 있다.

독특한 점은 #Yosoy132 운동이 국민행동당의 바스케스 모타 후보에 대해서는 별 관심이 없었다는 점이다. <표 5>에서도 확인할 수 있듯이 바스케스 모타 후보와 관련된 해시태그가 대선캠페인 기간 중 중요하게 부상한 적이 없다. <표 6>에서 확인할 수 있듯이 7월 1일 대선 투표일이 지나고 12월 1일 대

〈표 6〉 해시태그 #Yosoy132에서 실행된 세 대선후보에 대한 시기별 멘션

후 보	6월 18일부터 7월 5일까지의 멘션 (2012년)	6월 18일부터 12월 5일까지의 멘션 (2012년)
페냐 니에토	32,645	58,830
로페스 오브라도르	7,576	15,548
바스케스 모타	7,097	7,394

출처: Monterde 2015, 27.

통령 취임식까지 해시태그 #Yosoy132에서 모타 후보에 대한 멘션은 기간과 상관없이 거의 변동이 없다. 반면 가장 많이 언급되는 후보는 페냐 니에토였다. 대선 직후에도 부정선거 논란이 지속되었던 것도 페냐 니에토에 대한 부정적이고 비판적인 멘션이 계속되는 원인이 되었다.

#Yosoy132 운동은 자신들의 행동원리에서 어떤 정당과도 연계되지 않은 운동이라는 점을 강조했다. 그러나 이것은 어떤 정당으로부터 지시나 지원을 받지 않겠다는 의미의 표명이다. 무정과 운동이라고 해서 무정치 운동인 것은 아니다. 이 네트워크 운동은 페냐 니에토가 독점적인 미디어 권력의 낙하산 후보라는 점과 아테코 사태에서 드러났듯이 권력남용과 인권을 유린을 자행한 후보이기 때문에 반대했다. 또한 지난 71년간 멕시코 역사에서 독재, 억압, 권위주의, 부정부패, 반민주의 상징인 제도혁명당이 대권을 장악하는 것에 대해 우려했다(조영현 2013).¹⁵⁾ 산도발은 각 후보들의 트윗 정보의 내용을 MyTwetBo라는 도구를 이용해 분석한 후 가장 많이 언급된 단어들을 Wordle 그래픽 프로그램으로 가시화했다.

<그림 7>을 보면 페냐 니에토는 행복(felicidad), 열정(entusiasmo), 감사(gracias), 인사(Saludos)와 같은 감정과 정서, 그리고 자긍심을 강조하는 단어를 많이 사용했고, 민주주의 보다 민족주의인 측면을 더 강조 했다. 제도혁명당(PRI), 멕시코(México), 나라(país), 멕시코인들(Mexicanos)이란 용어를 많이 사용했다. 유권자들과의 상호 작용이 별로 없었고, 다른 경쟁자들에 대한 언급

15) #Yosoy132 운동의 행동원리와 이념에 대해서는 <http://www.yosoy132media.org> 참조.



〈그림 7〉 Wordle de Mensajes de Twitter de Enrique Peña Nieto 2012

출처: Sandoval Almazán 2012, 12.



〈그림 8〉 Wordle de Mensajes de Twitter de Lopez Obrador 2012

출처: Sandoval Almazán 2012, 14.

도 적었다.¹⁶⁾ 로페스 오브라도르는 체제비판과 경쟁자 비판을 많이 했다. <그림 8>에서 볼 수 있듯이 젊은이들(jovenes)과 사람들(gente), 민중(pueblo)이라는 용어를 많이 사용했다. 로페스 오브라도르는 #Yosoy132 운동이 등장한

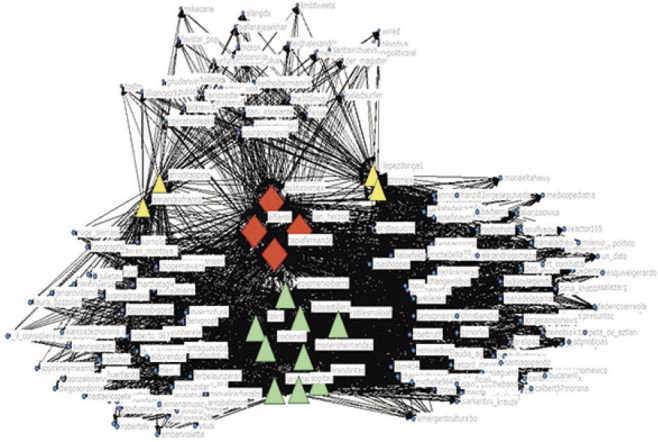
16) 여기에 이미지로 나타내지는 않았지만, 참고로 페냐 니에토나 로페스 오브라도르와 비교했을 때, 바스케스 모타는 국민행동당 당원들과 당지도부, 대통령에 대한 언급이 많았음을 밝혀둔다. 유권자를 설득하는 내용이 적었고, 여성이면서도 여성이나 가족들에 대한 언급도 매우 적었다.

상황을 의식한 듯 젊은이들의 행동 촉구(acto)와 변화(Cambio), 희망(esperanza), 참여(participación), 내일(Mañana), 토론(debate), 멕시코(México) 등에 대한 언급이 많았다. 트위터가 주로 젊은이들이 사용하는 매체임을 의식한 전략으로 보인다. 그는 자신의 선거공약을 알리는데도 트위터를 잘 활용했다. 로페스 오브라도르는 경쟁자들에 비해 팔로워 수는 밀렸지만 수적 열세를 극복하고 내용면에서 가장 효과적으로 트위터를 이용했다고 볼 수 있다.

한편 오프라인에서 #Yosoy132 운동과 관련된 여러 행위자들의 유형과 성격을 파악하는 것도 필요하지만, 트위터 상에서 #Yosoy132 운동과 관련된 행위자들의 유형과 성격도 파악하는 것이 필요할 것이다. 이점에 있어 토레스 나벨(Torres Nabel)의 연구는 우리에게 매우 중요한 시사점을 제공해 준다. 그는 먼저 소셜 네트워크가 모든 사람이 참여할 수 있는 매체이고 개방되어 있지만, 각 참여자들이 끼치는 영향력이 다르다고 주장한다. 즉 네트워크에 의존하는 사회운동에도 그 구조를 결정짓는 위계성이 존재한다는 것이다. 더 많은 팔로워를 거느리거나, 정보교류의 양이나 접속률이 다른 행위자들보다 월등히 높은 행위자들이 있기 때문이다(2015, 1-4). 다시 말해, 각 참여자들 사이에 힘의 차이 혹은 영향력의 차이가 있는데 중심적 행위자와 부차적 행위자, 그리고 커넥터와 같이 다리 역할을 하는 행위자 등 다양한 유형이 존재하기 때문이다. 토레스 나벨은 이 #Yosoy132 운동과 관련된 세 개의 해시태그 #MarchaAntiEPN, #Yosoy132, #Anonymous를 정보의 집중화 관점에서 파악하고 아래와 같이 행위자들 간의 관계를 가시화했다.¹⁷⁾

총 276개의 계정 중에서 정보 교류에 있어 집중도가 상대적으로 높은 17개 계정을 뽑아냈다. 이 17개의 계정은 각각 핵심적 행위자에 해당하지만 그 속에

17) 토레스 나벨의 연구는 다음 세 개의 해시태그 #MarchaAntiEPN, #Yosoy132, #Anonymous에서 가장 많은 활동을 보인 100개의 계정을 각각 뽑아냈다. 그러나 최종적으로 276개의 행위자를 추려낸 것은 여러 해시태그를 사용한 행위자들이 있었기 때문이다. 토레스 나벨은 Tweetlevel과 Ucinet 프로그램 등 여러 프로그램과 분석 방법을 활용해 분석했다. 상세한 방법과 과정, 자료에 대해서는 그의 논문(2015)을 참조하시오.



〈그림 9〉 #Yosoy132 운동의 가시화. 주요 행위자 간의 집중도

출처: Torres Nabel 2015, 7

〈표 7〉 빈도-사회적 행위자 유형, 등급, 팔로워, 참여 수준, 영향, 권력(집중도)

Tipo de actor social					Jerarquía					Seguidores		Nivel de participación		Influencia		Poder	
	Periodista	Tuitero	Tuitero	Activista	Amplificador	Iniciador	Currador	Comentador	Observador	<10,000	>10,000	Alto	Mediano	Bajo	Alto	Mediano	Bajo
n	9	6	2	1	7	9	1	0	0	1	16	7	9	1	11	6	0
(%)	(53)	(35)	(12)	(6)	(41)	(53)	(6)	(0)	(0)	(6)	(94)	(41)	(53)	(6)	(65)	(35)	(0)
p	1				-1 (NS)					1		1			-1 (NS)		1

출처: Torres Nabel 2015, 9

서도 세부 등급에 따라 다시 세 부분으로 나누었다. <그림 9>에는 가장 집중도가 높은 4개의 붉은 색 마르모콜(@politicosmex, @elsanto, @jan_herzog, @tapiafernanda)과 그 다음 집중도가 높은 아홉 개의 녹색 삼각형(@epigmeioibarra, @julioastillero, @toliro, @jairocalixto, @erendiritas, @sopitas, @roblesmalooof, @monerohernandez, @cocainelil), 마지막 4개의 노란색 삼각형(@afroditaopina, @alejandrofranco, @lopezdoriga1, @cnnmex)이 표시되어 있다. 또한 세 가

지 색깔을 지닌 도형 주변에 모여 있는 계정들을 통해 세 개의 하부그룹이 형성되어 있는 것도 확인할 수 있다. 이 계정들은 상대적으로 정보의 교류나 활동이 떨어지는 그룹이라고 할 수 있다.

<표 7>은 토레스 나벨이 #Yosoy132 운동의 17개 계정을 분석한 결과를 나타낸다. 즉, 주요 행위자를 사회적 행위자 유형, 등급, 팔로워, 참여 수준, 영향, 권력(집중도)의 정도에 따라 분류한 것이다. 사회적 행위자 유형은 언론분야 종사자가 9, 독립적 트위터어(Tuitero independiente) 6, 정당과 관련 있는 트위터어(Tuitero partidista) 2, 사회 활동가 1로 나타났다. 그리고 등급에 있어서는 확장자(Amplifier) 역할 7, 아이디어 스타터(idea stater) 9, 큐레이터(Curator) 1로 나타났다.¹⁸⁾ 이 계정들 중에서 @afroditaopina를 제외하고 모두 최소한 10,000명 이상의 팔로워를 확보하고 있고, 가장 많은 팔로워를 보유한 계정은 60만 명 이상을 보유하고 있었다(2015, 8). 트위터 상에서의 참여수준이나 영향력에 있어서는 대다수가 높거나 중간정도 이상을 나타냈다. 집중도를 나타내는 것은 <그림 9>에서도 확인할 수 있듯이 높은 집중도 4개, 중간 집중도 9개, 이들과 비교해 상대적으로 낮은 집중도를 보인 것은 4개로 나타났다.

토레스 나벨은 자신의 연구를 통해 #Yosoy132 운동도 다른 네트워크 사회 운동처럼 독립적인 트위터어인의 활동이 중요하다는 점을 강조했다. 하지만 정보의 교류나 집중도 면에서 언론이나 미디어 분야, 지식인, 혹은 일부 특정 이념이나 정당과 연계된 행위자가 많은 영향력을 끼친다는 점도 함께 지적했다. 이 운동이 2012년 선거캠페인 기간에 출현한 운동답게 다른 사회운동에 비해 더 정치적으로 선거 정국에 휩쓸릴 수밖에 없다는 점을 인정했다(2015, 9-11). 즉 이 운동은 각 정당이나 후보의 선거 전략에 일정부분 이용당하기도 하고 거꾸로 각 후보나 정당에 각기 다르게 영향을 미쳤다는 것이다.

18) 여기서 아이디어 스타터는 네트워크상에서 새롭고 창조적인 지식이나 정보를 제공하는 행위자를 지칭하며, 창조적 두뇌를 보유한 행위자라고 할 수 있다. 확장자(amplifier)는 새로운 정보를 만들어내기보다 많은 팔로워를 거느리고 이미 아이디어 스타터에 의해 만들어진 정보나 큐레이터에 의해 수집되고 걸러진 정보를 확산시키는 역할을 하는 행위자를 말한다.

끝으로 2012년 대선과 관련해서 흥미로운 점은 대선직후 여론조사 기구들이 편파적이었다는 비판이 제기 됐다는 점이다. 대다수 여론조사 기관들이 제시한 것과 달리 최종적인 대선 결과는 페냐 니에토와 로페스 오브라도르의 득표수 차이는 크지 않았다. 2011년 11월부터 2012년 6월까지 멕시코의 주요 여론조사 기구 41개의 평균치를 보자면 제도혁명당의 페냐 니에토가 44.03%를 득표하고 민주혁명당의 오브라도르 후보가 25.93%를 득표하는 것으로 나왔다. 가장 마지막에 실시된 3회 여론조사의 평균치를 조사해 보면 페냐 니에토 후보가 45.3%를 득표하고 오브라도르 후보가 28.18%를 하는 것으로 나온다. 격차가 조금 더 좁혀졌지만 그래도 둘 사이의 17%의 간극이 존재한다. 실제 투표 결과는 두 후보 간 6.62%의 차이만을 보였다(Candón Mena 2013, 7-8). 여론조사가 완전히 엉터리거나 어떤 변수가 있었다고 가정할 수 있다. 메나는 그 변수 중 하나로 오르바도르와 페냐 니에토 사이의 간극을 좁히는데 #Yosoy132 운동이 일정부분 기여했다고 주장했다(Candón Mena 2013, 8).

피게이라스 타피아(Figueiras Tapia)는 2006년 대선에서 18세에서 24세에 해당하는 유권자의 49%가 투표한 반면, 2012년 대선에서는 63%로 증가했다고 주장했다. 지역적으로는 로페스 오브라도르에게 더 호의적인 주들인 유카탄, 타바스코, 캄페체, 치아파스, 베라크루스 지역의 젊은이들이 더 많이 투표를 찾은 반면 치와와, 바하 칼리포니아, 타마울리파스 지역의 젊은이들의 참여는 저조했다. 로이 캄포스와 미토크스키(Roy Campos y Consulta Mitosky)의 대선 결과분석을 근거로 타피아는 18세에서 29세의 유권자 중 34.6%는 오브라도르에게 투표했고, 28.5%가 니에토 후보에게 투표했다고 주장했다(2012, 81). 오브라도르가 젊은층에서 더 많은 표를 얻은 것과 선거 참여를 독려하고 의식 있는 투표를 주장한 #Yosoy132 운동이 어느 정도 연관이 있음을 암시한 것이다.

V. 나오는 말

최근의 사회운동은 산업화 시대의 지도부에 의해 소집되고 동원되며, 조직

을 기반으로 한 체계적이고 계획적인 운동방식과는 다르게 전개되는 경향을 보인다. 온라인과 소셜 미디어의 활용은 사회운동의 활동과 역량, 응집력을 강화시키고, 새로운 전술과 전략을 만들어 내며, 초국가적 연대를 창출해 내고 있다. 이제 이 부분은 사회운동에서 빼놓을 수 없는 수단이자 무대가 되고 있다. 이런 점에서 #Yosoy132 운동은 기존 멕시코의 사회운동에 대한 이론이나 사고를 재점검하도록 촉구한 가장 의미 있는 사회운동이라고 할 수 있다.

멕시코에서 트위터의 역사는 그리 길지 않지만 디지털기기를 자유자재로 사용하는 시민들의 정치참여를 강화시키는데 기여했다. 트위터는 사사로운 개인 간의 '문자질'에 기초한다. 하지만 강장목이 강조한 것처럼 그런 개인적은 의견들이 수렴되는 과정을 거치면 집단의 견해가 되기도 한다. 시민들의 하찮은 정보를 수집, 공유, 처리하는 플랫폼을 통해 새로운 가치 공유나 연대가 가능해지는 것이다(2009, 28-37). 비록 트위터가 정치적 도구로 설계된 것이 아니지만, 점차 상호접속, 정보화, 인간들의 사회화 과정을 통해 영향력 있는 정치적 도구로 전환되었다. 이 소통 매체는 참여민주주의의 확장을 요구하는 사회의 목소리를 전달하는 도구의 역할뿐 아니라 특정한 정책이나 정치의 변화를 촉구하는 도구로 이용되었다.

#Yosoy132 운동은 전통미디어에 대한 대항매체로 부상한 SNS의 파급력과 정치적 영향력을 확인시켜준 운동이다. 특히 매스 미디어와 기득권 세력의 결합이 멕시코 민주주의 발전의 장애요소임을 상기시켜주었다. 이 운동을 통해 멕시코 젊은이들은 스스로 정치에 무관심한 세대라는 오명을 벗고 정치에 참여하는 자신들만의 방법과 공간을 열어보였다. 개인화된 미디어를 자유로이 구사하는 젊은층이 정치의 패러다임 바꾸는데 선두주자 역할을 했다. 이렇게 정치에 무관심한 계층이라고 일반적으로 알려졌던 청년층이 무시할 수 없는 정치세력으로 부상한 것이다. 소셜 미디어와 젊은층의 만남은 사회적 불의에 대한 저항 운동을 촉진하는 역할을 했으며, SNS라는 뉴 미디어가 사회운동을 위해 얼마나 효과적인 수단이 될 수 있는지 보여 주었다. #Yosoy132 운동은 네트워크를 통한 학생들과 시민사회, 다양한 사회운동의 연대와 사회적 동원

력을 보여주었다는 점에서 사회정치적 변혁을 추구한 멕시코 식 스마트 몹(Smart mob)의 출현이라고 평가할 수 있다. 이 네트워크 운동은 선거 참여를 독려하고, 선거 과정을 감시하고, 정책대결 선거가 되도록 토론회를 개최한 것에 머물지 않고 선거 후에도 방송통신법 개정이나 선거법 개정과 같은 중요한 사항이 정치무대에서 논의 될 수 있도록 만들었다는 점에서 부조리한 제도의 개선에 앞장서고 정치권에 대한 비판 세력 역할을 수행했다고 평가할 수 있다. 이런 의미에서는 정당정치의 한계를 보완한 측면도 있다고 평가할 수 있다.

#Yosoy132 운동이 출현하면서 대선후보들이 SNS와 젊은이들의 주장에 더 큰 관심을 기울였다. 이 기간 동안 세 명의 주요 대선후보들의 트위터 상 활동이 증가했다. 트위터 상에서 보인 #Yosoy132 운동은 대선후보와 밀접한 관련이 있는데 제도혁명당의 페냐 니에토에는 매우 비판적인데 반해, 민주혁명당의 로페스 오브라도르에게는 호의적인 태도를 보였다. 상대적으로 집권당 국민행동당의 바스케스 모타 후보에 대해서는 큰 관심을 기울이지는 않았다.

#Yosoy132운동은 대선기간 전후로 주요 대선후보인 엔리케 페냐 니에토나 로페스 오브라도르처럼 정치에 영향을 미치는 주요 행위자로서의 역할을 했다. 이 운동은 페냐 니에토와 제도혁명당, 거대 미디어 기업들에 대한 비판적 견해에서 출발했기 때문에 기득권 세력과 결탁한 페냐 니에토 후보의 선거캠페인에 어느 정도 부정적인 영향을 미쳤다. 선거 참여를 독려하고, 선거 과정을 감시하고, 정책대결 선거가 되도록 토론회를 개최한 것은 결국에 페냐 니에토 후보에게 불리한 것이었다. 따라서 페냐 니에토와 로페스 오브라도르 사이의 표 차이를 좁히는데 #Yosoy132 운동이 일정부분 기여했다고 볼 수 있다. 결과적으로 페냐 니에토나 제도혁명당의 부정적 측면을 강조함으로써 그 정당과 후보에 대한 낙선 캠페인 한 것으로 볼 수 있다. 동시에 이것은 페냐 니에토의 경쟁자인 로페스 오브라도르에게 이롭게 작용했다.

그러나 동시에 #Yosoy132 운동은 네트워크 운동의 한계도 보여주었다. 특히 2012년 7월 대선직후 페냐 니에토의 승리로 인해 급격히 운동의 추동력을 상실했고, 지도자 없는 수평적 구조의 운동의 조직적 한계도 드러났다. 전통 미

디어의 독점시대는 마감됐지만 페냐 니에토의 승리를 통해 아직도 전통 미디어의 힘이 대중에게 강력하게 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 멕시코에서는 정보격차로 인해 네트워크 운동이 한계가 있다는 것을 확인할 수 있다. 따라서 멕시코에서 소셜 미디어나 네트워크 사회운동의 역할을 지나치게 과장하거나 낙관하는 것은 피해야 할 것이다.

참고문헌

- 강승한, 김명준(2012), 「‘Occupy Wall Street’운동에 나타난 협력적 미디어 문화생산: 카스텔의 ‘정체성’과 ‘상징’을 중심으로」, 사이버커뮤니케이션 학보, Vol. 29, No. 4, pp. 5-53.
- 강장묵(2009), 『뉴미디어와 소통의 정치학. 네트워크 시대, 민주주의의 도전과 과제』, 한울.
- 이항우(2012), 「소셜미디어, 사회운동의 개인화, 그리고 집합 정체성 구성: 페이스북 그룹 ‘함께 점령’ 사례 분석」, 경제와 사회, Vol. 95, pp. 354-287.
- 조영현(2012), 「2012년 멕시코 대통령선거 파노라마」, 서울대 라틴아메리카연구소(편), 『2012 라틴아메리카. 정치안정과 경제회복』, 이숲, pp. 13-31.
- _____(2013), 「2012년 멕시코 학생운동. ‘내가 132번째」, 서울대 라틴아메리카연구소(편), 『2013 라틴아메리카. 대통령 선거와 정세변화』, 이숲, pp. 27-44.
- 채영길(2014), 「네트워크 사회운동과 SNS: Save Jeju Island(SJI) 운동 사례」, 한국 인터넷 정보학회, Vol. 15, No. 1, pp. 89-102.
- 최윤국(2010), 「멕시코의 ‘아텐코(Atenco)’ 사회운동의 역사성과 의의」, 김세건 외, 『라틴아메리카 대안사회운동과 참여민주주의 II』, 높이깊이, pp. 191-219.
- 카스텔 마누엘(2008), 『정체성 권력』, 정병순 옮김, 한울.
- _____(2009), 『네트워크 사회』, 박행웅 옮김, 한울.
- Alejadron Natal et al.(2014), *Ciudadanía digital*, Mexico: UAM.
- Asociacion Mexicana de Internet(AMPI 2012; 2013; 2014), *Hábitos de los usuarios de internet en México*.
- Candón Mena, José(2013), “Movimientos por la democratización de la comunicación:

- Los casos del 15-M y #yosoy132”, *Razón y Palabra*, No. 82, pp. 1-21.
- Cerrillo Garnica, Omar(2013), “#Yosoy132: Identidades militantes, replanteamiento de los repertorios y nuevas formas de comunicación política en un movimiento social de origen digital”, *Avance de investigación en curso*.
- Diego Riviera Hernández, Raúl(2014), “De las redes a las calles. #Yosoy132 y la búsqueda de un imaginario político alternativo”, *Argumento*, Año 27, No. 75, pp. 59-76.
- Elise Hamborg, Irene(2014), “Más allá de lo evidente-interrogante sobre el movimiento #Yosoy132”, Tesis de maestría de departamento de lenguas extranjeras, Norway: Universidad de Bergen.
- Esteve del Valle, Marc(2015), “El movimiento Yosoy132: tweets y votos en la elección presidencial mexicana de 2012”, *Estudios Latinoamericanos*, Nueva Época, No. 35, pp. 105-128.
- Figueiras Tapia, Leonardo(2012), *Del 131 al #Yosoy132. Elección 2012*, México: Comunicación y Política Editores.
- Galindo Cáceres, Jesús y José Ingancio González-Acosta(2013), *#Yosoy132. La primera erupción visible*, México: Global Talent University Press.
- González Villarreal, Roberto(2013), *El acontecimiento #Yosoy132. Crónicas de la multitud*, México: Editorial Terracota.
- Josué González Fuentes, Luis(2012), “#Yosoy 132: participación política 2.0 en México”, <http://www.fundacionpreciado.org.mx>.
- Lala Caballero, Manuel(2014), “La brecha digital en un contexto de participación ciudadana”, Alejandro Natal(Coord), *Ciudadanía digital*, México: UAM-Juan Pablo Editores, pp. 75-100.
- Martínez Nemecio, Anfrómada(2015), “El movimiento #Yosoy132 y su evolución en Twitter”, *Estudios de Juventud y Comunicación*, pp. 4605-4629.
- Monterde, Arnau et al.(2015), *#Yosoy132: Un nuevo paradigma en la política mexicana?*, Doctoral Working Paper Series DWP15-003, Universidad Oberta de Catalunya.
- Muñoz Ramírez, Gloria(2012), *#Yosoy132. Voces del movimiento*, México: Ediciones Bola de cristal.
- Natal, Alejandro et al.(2014), “Ciudadanía digital: desconfianza política y uso de internet para el ejercicio de la ciudadanía”, Alejandro Natal(Coord), *Ciudadanía digital*, México: UAM-Juan Pablo Editores, pp. 21-48.

- Rovira Sancho, Guiomar(2012), “La primavera mexicana #Yosoy132, la comunicación y el proceso electoral de 2012 en México”, <http://fundacionbetiko.org/wp-content/uploads/2013/03/Articulo-Yosoy132-Guiomar.pdf>
- _____(2013), “De las redes a las plazas: la web 2.0 y el nuevo ciclo de protestas en el mundo”, *Acta Sociológica*, No. 62, pp. 105-134.
- Sandoval Almazán, Rodrigo(2012), “YouTube, Facebook y Twitter en la campaña electoral mexicana del 2012: Un análisis mixto”, XVII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Cartagena, Colombia, 20 oct-2 nov.
- Sosa Plata, Gabriel(2012), “#Yosoy132: Jóvenes frente a las redes sociales y la democratización de los medios de comunicación”, Carlos Arango, et al., *Esfera pública y tecnologías de la información y la comunicación*, Mexico: Instituto Electoral del Distrito Federal.
- Torres Nabel, Luis César(2015), “¿Quién programa las redes sociales en internet? El caso de Twitter en el movimiento #Yosoy132 en México”, *Revista Internacional de Sociología*, Vol. 73, No 2, pp. 1-12.
- Welp, Yanina(2016), “Cuando todo lo sólido se desvanece en Twitter. Análisis del movimiento social #Yosoy132”, *Postdata* 20, No. 2, pp. 417-439.

조영현

서울대학교
latin-jo@hanmail.net

논문투고일: 2016년 7월 18일

심사완료일: 2016년 8월 10일

게재확정일: 2016년 8월 11일

A Study of the Relationship Among the Mexican Presidential Election 2012, Twitter, and the Movement #Yosoy132

Young-Hyun Jo

Seoul National University

Jo, Young-Hyun(2016), "A Study of the Relationship Among the Mexican Presidential Election 2012, Twitter, and the Movement #Yosoy132", *Revista Asiática de Estudios Iberoamericanos*, 27(2), 111-146.

Abstract In 2012, the movement #Yosoy132 started during the presidential election campaign of Mexico. Social networks like twitter played a leading role in the emergence and development of the movement. This article analyzes the relationship among the presidential election, twitter, and the movement #Yosoy132. Throughout the presidential election campaign, the movement functioned as a principal actor along with the major candidates such as Enrique Peña Nieto and Lopez Obrador. This article notes that the movement #Yosoy132 encouraged three presidential candidates to get more actively engaged in social networks, which can be confirmed in their increased Twitter accounts. But the movement left contrasting impacts on each candidate's performances. While it affected negatively Enrique Peña Nieto's campaign, its impact on his rival, Lopez Obrador was a positive one.

Key words #Yosoy132 Movement, Network Movement, Mexican presidential election 2012, Enrique Peña Nieto, Twitter