

Semiótica digital: cuando hay alteración del signo, hay desinformación

Liliana Sánchez Iturbe

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Autónoma del Estado de México

Email de contacto: lsanchezi001@profesor.uaemex.mx

Recibido: 28 de febrero, 2025

Aceptado: 20 octubre, 2025

Publicado: 2 de diciembre, 2025

Resumen

Las redes sociales digitales han transformado la cultura individual y colectiva, los modelos de comunicación y el crecimiento desmedido en persuasión conductual, ideologías mediáticas y la desinformación. La poca legislación en espacios digitales, el manejo, flujo e interacción inmediata en la información, genera desinformación, falta de criterio y manipulación en el proceso de significación e interpretación. El objetivo de este trabajo es un análisis crítico sobre la desinformación en medios digitales, reflexionando sobre el impacto de los procesos de significación digital, usando como fundamento la semiótica postestructuralista y como herramienta de análisis la crítica sistemática. Los resultados permiten desarrollar una estrategia para identificación y acción sobre noticias falsas y el fomento de un criterio ético sobre ellas; concluyendo con la importancia de la responsabilidad ética en el manejo de la información en la hipermedia por parte de los creadores de contenido y su audiencia.

Palabras clave

Semiótica; Desinformación; Redes Sociales; Alfabetización digital.

Abstract

Digital social networks have transformed individual and collective culture, communication models, and the unchecked growth of behavioral persuasion, media ideologies, and misinformation. The lack of legislation in digital spaces, coupled with the immediate handling, flow, and interaction of information, fosters misinformation, a lack of critical thinking, and manipulation in the processes of signification and interpretation. This study aims to provide a critical analysis of misinformation in digital media, reflecting on the impact of digital signification processes, grounded in poststructuralist semiotics and employing systemic critique as an analytical tool. The findings help develop a strategy for identifying and addressing fake news and fostering an ethical perspective on such issues. The study concludes by emphasizing the importance of ethical responsibility in managing information in hypermedia by both content creators and their audiences.

Digital semiotics: when there is alteration of the sign, there is misinformation

Cómo citar este artículo:

Sánchez, L. (2025). Semiótica digital: cuando hay alteración del signo, hay desinformación. *Revista Chilena de Semiótica*, 22 (140-157).

Keywords

Semiotics; Misinformation; Social Networks; Digital literacy.

Introducción

La revolución digital ha reconfigurado todas las dimensiones del ser humano, la inmersión en las redes virtuales provoca el nacimiento de nuevos términos, conceptos y fenómenos relacionados con el consumo, producción y difusión de la información. McLuhan (1964) anticipó la importancia de entender los medios de comunicación como una extensión del ser humano: "el medio es el mensaje" está vigente en las prácticas sociales actuales, los dispositivos móviles actúan -casi literalmente- como extensiones del cuerpo, el internet se hace omnipresente como el intelecto humano.

Las estructuras de las redes sociales digitales provocan un fenómeno que trasciende lo masivo, la información se propaga de forma simultánea, descentralizada y viral, la rapidez en la difusión deja atrás a los mass media y otorga una característica única en la era digital: la interacción en tiempo real; sin embargo, a la par crece de forma desmedida: la desinformación.

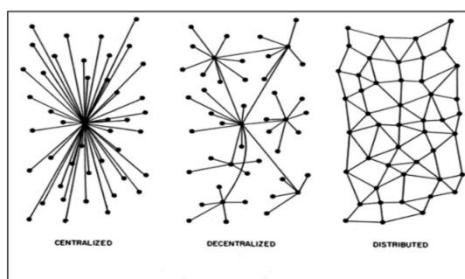
La desinformación es un fenómeno complejo en las plataformas digitales; es importante la conciencia sobre la alfabetización mediática la búsqueda de la reflexión y discernimiento en la información compartida. Este artículo explica la estructura de las redes sociales, tipos de desinformación a partir de la imagen y analiza dos imágenes que dieron pie a narrativas virales que han impactado socialmente dando lugar a acciones o percepciones erróneas. Como herramienta de análisis se usa la Crítica Sistémica propuesta por la Dra. Eska Solano Meneses (2012), considerando que es coherente para el objetivo del artículo además de considerarse una estrategia semiótica que sirve para la alfabetización digital.

Redes sociales en espacios virtuales

La ciencia de las redes abarca diferentes disciplinas, matemáticas, física, biología, sociología, informática, comunicación, informática, etc. El universo igual que el ser humano está formado por redes, según el físico Albert-László Barabársi (1960) "...cada red está formada por nodos que se encuentran entrelazados e interconectados de forma aleatoria" (Fundación telefónica, 2009). Cada red se forma por dos o más puntos interconectados entre sí; cuando un punto o nodo intercambia información con otro genera interacción. Barabársi afirma que las redes son la base de la evolución humana, porque todo se crea a partir de una estructura o una red.

En las ciencias sociales, las interacciones entre los nodos se interpretan como interacciones entre individuos, cada nodo es un individuo; el tejido social se ha construido a partir de las redes que el ser humano ha formado a lo largo de sus estadios, son parte del proceso cognoscitivo de comprensión y comunicación, configuran contextos y sus conexiones entre ellos (Leonidas, 2011). Su estructura depende del número de nodos o actores involucrados en las interacciones y la forma en que la información es compartida clasificándose en: centralizada, descentralizada y distribuida.

Figura 1. Estructuras de redes sociales



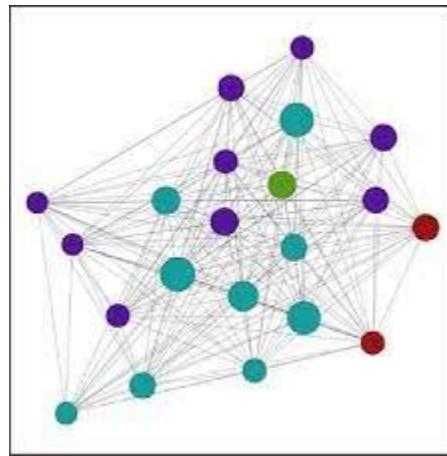
Fuente: Barabási, A. (2002, p,145)

En la *Figura 1* se observa gráficamente la categorización de las estructuras: en la centralizada el nodo del centro es la fuente de información o poder de ahí surge el flujo de información. En la red descentralizada, la información es distribuida en diferentes puntos o nodos, no es necesario que estén en el mismo espacio geográfico, por ejemplo, el estado y sus municipios. En la estructura repartida o distribuida la información está repartida dentro de toda la red.

El paradigma digital cambió por completo la cultura y las prácticas sociales. En la década de los 90's Manuel Castells teoriza y conceptualiza a la sociedad actual como sociedad red, enfatiza la importancia de la red como estructura que configura los movimientos sociales que deben entenderse a partir de ella (red) (Day, 2019). El internet es un fenómeno que se instaló como eje articulador y transversal en todas las áreas del conocimiento, incluyendo las prácticas sociales, "La estructura social de la era de la información está formada por redes de producción, poder y experiencia, que construyen una cultura de la virtualidad real" (Castells, 2006: 502). Es decir, el flujo de datos que circula en internet es una red de interacciones que ocurren de forma simultánea dando lugar a un nuevo modelo de comunicación: la hipermedia.

Para Scolari, "la hipermedia es un espacio comunicativo donde confluyen los lenguajes mediáticos y las estructuras hipertextuales, formando sistemas de comunicación integrados y abiertos que multiplican las posibilidades narrativas y expresivas" (Scolari, 2008: 51). Integra todos los elementos que participan en las interacciones virtuales: texto, video, sonido, imagen, enlaces o hipertextos, es una red entramada de nodos no lineales, Integra diferentes lenguajes entre sí y sitúa al usuario como el centro de su proceso de significación, es quien interactúa, decide cómo y dónde navegar, qué contenido consume, cómo reacciona y que posición toma frente a una situación.

Las redes sociales, actúan como herramienta de la hipermedia, se definen como "espacios de representación y de resignificación de la identidad en la sociedad actual" (Flores, 2014: 3), es decir, son una representación simbólica de la realidad, posee una estructura creada a partir de lenguaje de programación para la interacción de usuarios sin necesidad de contacto físico.

Figura 2. Interacción en la hipermedia

La estructura de la hipermedia, como se observa en la *Figura 2*, permite un flujo de información exponencial, dinámico y complejo. No hay estructura porque la interacción es continua; en la virtualidad no hay tiempo ni espacio físico; por tanto, la interacción responde a un estímulo multimedia y ocurre de forma transitoria.

El posicionamiento de las redes virtuales ha desplazado a los medios tradicionales en formato, preferencia y credibilidad; la accesibilidad, portabilidad y formato del contenido en su mayoría visual (desde la interfaz con su nivel de iconicidad hasta video), viaja con el usuario, todo interactuando simultáneamente, de ahí su importancia. Por un lado, toda la hipermedia es comunicación visual, por otro es un espacio simbólico, una representación de la realidad, es decir; la hipermedia es, un espacio virtual creado a partir de símbolos y signos, la semiosis está tan presente como cada interacción, dando lugar a una semiótica digital.

Semiótica Digital

La semiótica ha transitado por diversos paradigmas y conectado con diferentes áreas del conocimiento, deja de entenderse sólo como la ciencia que estudia los signos, para entender su interacción con todos los fenómenos culturales. Umberto Eco hace una aportación que expande el campo de análisis de la semiótica porque integra el contexto y la dimensión pragmática, considerando una nueva era en la ciencia de los signos: la semiótica postestructuralista.

En el paradigma digital, el aporte de Eco (1992) resulta fundamental, pues define al texto como cualquier signo u objeto más allá de las funciones de comunicación lingüísticas, es objeto y parámetro de interpretación. “Precisamente a través de procesos de interpretación nosotros construimos cognitivamente mundos, actuales y posibles.” (p.17). Cada elemento que

interactúa en la hipermedia puede entenderse como un texto, que además de ser motivo de interpretación también permitirá la construcción de mundos o narrativas posibles, considerando el contexto donde se encuentre.

Al ser un espacio no tangible, simbólico concebido a partir de nodos (signos) y las interacciones entre ellos a partir de los estímulos, la hipermedia es una representación de la realidad que origina la semiosis ilimitada (Zecchetto, 2002). La semiótica digital tiene un amplio campo de análisis, además de involucrar a la hermenéutica en los procesos de interpretación y a la retórica en la forma de persuasión.

Resulta usual relacionar la persuasión con la manipulación como si ambas fueran parte de la retórica y del proceso de significación semiótico, sin embargo; la postura de Román Esqueda es relevante en este artículo porque apunta a una retórica que surge en el siglo XX como herramienta a un razonamiento crítico. La sitúa como un saber práctico involucra que el texto sea expresado considerando tono, gestualidad, apariencia la audiencia lo recibe y procesa desde su intelecto y raciocinio para tomar una postura.

Es un proceso que posee tres momentos importantes: La argumentación retórica (*logos*), la personalidad proyectada y evidenciada del orador ante su auditorio (*ethos*) y el poder de emocionar al auditorio (*pathos*) componían un todo que estaba orientado de manera técnica hacia el logro de la persuasión (Esqueda, 2011: 27).

En el contexto digital, el texto es la interacción que genera un estímulo. El usuario lo recibe y lo procesa desde su psique y toma una postura de aceptación o rechazo. Considerando que la exposición a los estímulos en espacios digitales siempre tiene un ritmo de repeticiones, la respuesta al estímulo es rápida por la exposición repetitiva de él.

El logos es la lógica que posee el texto y que es la encargada de la identificación y relación entre texto y usuario, el ethos es cómo se presenta o representa el texto frente al usuario, la coherencia que existe en el texto para la aceptación o rechazo del usuario frente al texto y finalmente el pathos, el texto debe apelar a las emociones del usuario y los usuarios en la virtualidad actúan frenéticamente por impulso al aceptar o rechazar un estímulo. El proceso persuasivo apela al intelecto, a la razón, mientras que la manipulación altera el uso, funcionalidad o referente en el signo para inducir un significado diferente. “Cuanto menos se puede ver y comprobar la realidad físicamente, más dudas aparecen sobre el contenido cierto de los acontecimientos” (Magallon, 2020: 13).

El proceso de significación también se complejiza a partir de todas las interacciones que surgen de los nodos, dando pie al fenómeno de la manipulación, desinformación y alteración de datos que son consumidos de forma instantánea, generando polaridad y falta de veracidad ante los datos compartidos. Resulta que el usuario no quiere investigar ni validar la información, quiere interactuar, por tanto, sólo reacciona de manera impulsiva, esta respuesta es más un acto de manipulación que de persuasión.

Desinformación en la hipermedia

Si la retórica es un proceso dialéctico (Esqueda, 2000), la desinformación es su opuesto es un proceso irracional, impulsivo y agresivo resultado de la manipulación del texto hipermediático, oponiéndose al proceso persuasivo a la apelación de la psique, razón, coherencia y entendimiento, buscando una pulsación momentánea, efervescente y contrastante. Se vale de la alteración de signos. Es un fenómeno complejo con diferentes vertientes. Algunos casos son por ignorancia y omisión, aunque también existe como método o instrumento intencionado para engañar, manipular, polarizar la opinión, dañar o provocar prejuicio o fomento de algún estereotipo, como sátira o bien también es usada como herramienta de publicidad. La interacción es el motor de las plataformas digitales, la desinformación genera interacción.

La humanidad enfrenta la mayor paradoja de su historia. De un lado es la era de la información, el flujo continuo y sin descanso que circula a través de redes y plataformas; por otro, la manipulación de la información es el modelo de negocio de las plataformas digitales, que buscan la interacción sin importar la verificación de lo que se dice en ellas. Así que en la era de la información las plataformas promueven la desinformación.

Las problemáticas que surgen a partir de la desinformación son amplias y complejas, el espacio virtual es una representación de la realidad social, con potencialidad en lenguaje agresivo y soez, enfundados en el anonimato miles de usuarios se expresan y actúan de manera distinta a su personalidad real.

Las elecciones del 2016 en Estados Unidos fueron el parteaguas para la discusión sobre los resultados y alcances de la desinformación en materia social. Desde entonces se han buscado soluciones dando lugar a organizaciones encargadas de verificar los datos compartidos. En 2019 con la emergencia sanitaria por COVID-19, el mundo enfrentó la desinformación como un arma de destrucción social, las vertientes y alcances de la desinformación tuvieron un alcance que traspasó la virtualidad y llegó a dañar física, moral e ideológicamente a la sociedad mundial (Osorio-Andrade et al., 2020).

Estas situaciones han puesto de manifiesto la urgencia de un marco legal general que regule la información que circula por las redes. La línea entre la libre expresión y el perjuicio con dolo sobre alguien es delgada y a veces una transgrede a la otra; la regulación de contenido y veracidad es una necesidad urgente. El ciberespacio no tiene fronteras, la sociedad sí, es ahí donde hay un quiebre entre las sanciones y regulaciones de la desinformación.

En materia internacional, en 2011 la ONU, declaró internet como un derecho humano. En julio de 2018, declara “Promoción, protección y disfrute de los derechos humanos en Internet” (ONU, 2018: 1). Las acciones realizadas por la ONU reafirman la preocupación e importancia de los fenómenos que ocurren en la virtualidad, desde salvaguardar derechos e identidad, hasta el ejercicio de estos; y es que no sólo hay un fenómeno con la desinformación sino también la censura aparece como una situación que se ha desbordado en los medios digitales.

De acuerdo con la estructura de la hipermedia, cada país tiene su propia red y complejidad en relación con la desinformación y fenómenos que atañen en cada contexto. México cuenta con la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP), promulgada el 5 de julio de 2010. Esta ley busca el uso correcto de los datos personales en las empresas (SIL, 2021), uno de los recursos para regular y mantener la credibilidad es el *fact-checking*.

"El fact-checking es una modalidad periodística centrada en la verificación de declaraciones de personajes públicos, noticias en medios o contenidos que circulan a través de las redes" (Dafonte-Gómez et al., 2021). En el año 2015 se crea la International Fact-Checking Network (IFCN) institución que busca la alianza de las distintas iniciativas de verificación que surgen en todo el mundo apelando a principios éticos en el contenido digital (Dafonte-Gómez et al., 2021). Las organizaciones dedicadas a revisar, contrastar, analizar y emitir si la información es verídica o no tienen sus propios métodos o estrategias para lograrlo. Sin embargo, la Organización de Estados Americanos (OEA) como la Comisión Europea, coinciden en la responsabilidad social del usuario "concientizar a los ciudadanos sobre la existencia del fenómeno, despertar en ellos un espíritu crítico a la hora de consumir y replicar esa información sin verificar" (Slipczuk, 2023).

La responsabilidad compartida entre plataformas digitales, usuario, creadores de contenido y organismos de chequeo pueden ser el objetivo general de las estrategias de fact-checking. Al concientizar al usuario se le está enseñando a discernir entre la información que tiene fundamento y la que no, es decir se esa alfabetizando digitalmente. La alfabetización digital es la capacidad de navegar por entornos virtuales, entendiendo el lenguaje, interfaz y la interpretación de los elementos, es decir tener la habilidad de leer y comprender el contexto que brinda la hipermedia, tener la destreza de buscar información, juzgar la validez que tiene el material en internet (George, 2020).

En materia de alfabetización digital es necesario remitirnos a la imagen, las plataformas digitales son espacios visuales en los que impera la imagen, el texto es secundario y la mayoría del tiempo la audiencia se deja llevar por lo primero que ve, hay una reacción impulsiva y transitoria. Los tipos de desinformación son múltiples, en este artículo se presentan tres que son comunes en la difusión de redes sociales: *fake news*, *deepfakes*, *hoax* o bulo. La *deepfake* es un fenómeno que trajo la hipermedia, los otros dos solo se han potencializado, pero ya existían en los *mass media*.

Fake news

El término de las *fake news* o noticias falsas, se popularizó con las elecciones del 2016 en Estados Unidos. Adquirió notoriedad y preocupación, dado su alcance y su naturaleza como material audiovisual confeccionado para difundirse deliberadamente, con la intención de ser consideradas auténticas y serias. Su objetivo es el engaño y beneficiar o perjudicar a un objetivo en particular (Ballesteros, 2018).

La desinformación causada por las noticias falsas trasciende la virtualidad e impacta en temas de salud pública, ejercicios políticos, cambios socioculturales, además de promover movimientos o estereotipos que pueden tener daño perjudicial en el ser humano. (Osorio-Andrade et al., 2022). Son materia de análisis crítico desde muchas perspectivas desde el objetivo de la polarización ideológica, llamar la atención a través del sensacionalismo y la polémica.

Deepfakes

“El término es una combinación de las palabras en inglés “deep learning” (aprendizaje profundo) y “fake” (falso)” (Expansión, 2023). También conocidos como medios sintéticos, tienen su propia categorización, porque son videos creados por un algoritmo con inteligencia artificial que es capaz de sustituir el rostro seleccionado sobre una secuencia de imágenes en movimiento. Este fenómeno creció exponencialmente con la incorporación de la Inteligencia Artificial a algunas aplicaciones gratuitas, si las *fake news* ya plantean el problema del daño moral y la injuria, las *deepfakes*, sobrepasan los límites legales y la impunidad (Martínez, et. Al., 2020).

Castañares (2007) señala que este recurso es un reflejo de la sociedad, del tejido social irreflexivo, que responde a un estímulo incidental, transitorio y emocional. Su origen y rastreo son inciertos es casi imposible por la rapidez con que se comparten, los gobiernos sobre todo en Europa están generando software con inteligencia artificial para la detección de *deepfakes*, aunque no es libre ni al alcance social. Con el auge de la Inteligencia Artificial y la popularización del uso de datos biométricos, las *deepfakes* no sólo dañan la integridad moral de un individuo, además ponen en riesgo su seguridad e identidad.

Bulo u Hoax

Los *hoax* o bulo, es la información o contenido que es descontextualizado, su intención es la viralización “Los promotores de bulos tienen la capacidad de readaptar cualquier tipo de información a un contexto local, permitiendo que sean replicados en países muy distintos” (Magallón, 2020, p.14). Es un recurso que se usa en los mass media, sin embargo, se afianza en el contexto digital, por la facilidad para compartir simultáneamente. La tipología de estos es de acuerdo con cada fenómeno o situación, varios estudios identificaron que durante la pandemia por COVID-19, se categorizaron en: contagios, evolución de la enfermedad, prevención y cura (Magallón, 2020).

Metodología

La metodología para el análisis de las imágenes de desinformación planteada es la Crítica Sistémica, propuesta por la Dra. Eska Solano Meneses (2012) además de resultar justificada y pertinente, también se suma a la alfabetización digital. La estructura de esta metodología considera a la

hermenéutica para la interpretación de fenómenos complejos y se apoya de un sustrato robusto teórico que considera el proceso cognitivo y semiótico.

Este método se retoma para abordar la desinformación en redes, considerando que involucra:

- a) *Enfoque cognitivo*: son los aspectos tangibles del objeto, en este caso del fenómeno. (en el caso del fenómeno a analizar correspondería a la descripción de la imagen considerando el contexto). “Se apoya en el proceso intelectual de procesamiento de información, que hace posible la aprehensión, comprensión y representación conceptual de un objeto o fenómeno, a través de cualquiera de los sentidos” (Martínez y Solano, 2016: 8)
- b) *Enfoque simbólico*: estos son los aspectos intangibles. (se consideran las relaciones entre los elementos entre sí con el fenómeno, en el caso del fenómeno a analizar de este artículo se refiere al valor representativo o consumo simbólico). “[...el enfoque simbólico implica una base antropológica que le confiere un valor representativo ... en congruencia a un contexto particular, cultural, ideológico, social y temporal de todos los usuarios...]” (Martínez y Solano, 2016: 9)
- c) *Enfoque semiótico*: considerando la semiótica postestructuralista se concibe como instrumento de análisis ya que permite el acercamiento al fenómeno de manera libre. (Martínez y Solano, 2016)

El análisis metodológico propuesto consta de tres etapas:

1.- Prefiguración. Etapa descriptiva y denotativa, es el primer acercamiento al fenómeno, corresponde al enfoque cognitivo, aquellos aspectos tangibles.

2.- Configuración. Etapa de comprensión de los elementos considerando su congruencia el acercamiento al fenómeno es a través de las condiciones contextuales.

3.- Refiguración. En esta etapa se genera la interpretación, se dota de sentido o significado al fenómeno, aquí se construye la crítica. Es la etapa que conecta la prefiguración y configuración para lograr un posicionamiento crítico sobre el fenómeno por eso se integra considerando 3 dimensiones:

- a. Dimensión Lógica: se refiere a la forma en que el cerebro entiende el mensaje, el orden, coherencia, la articulación entre los elementos.
- b. Dimensión Ética: Considera la conciencia social, esa relación con el otro, no sólo la percepción de los elementos, sino su interacción en el tejido social, según refiere Muntañola (2009) una relación proxémica, es decir, considerar al otro. Cómo afecta el fenómeno al colectivo.
- c. Dimensión Estética: Es una dimensión dialógica, resultado de la conexión con las otras dos, “Muntañola considera a la poética, a la retórica y a la hermenéutica como elementos complementarios o subdimensiones de la dimensión estética, que señalan una guía a su análisis.” (Martínez y Solano, 2016, p. 10)

El objetivo de usar esta metodología es entenderla como herramienta

analítica y reflexiva que permite entender el contexto y los elementos o partes que tiene el fenómeno a analizar, a partir de ahí se emite un juicio o un criterio que discierne qué tipo de información e intención tiene la imagen. También busca apelar a la dimensión ética del receptor, considerando que no basta con el chequeo de verificación, sino la acción o decisión sobre qué hacer con la narrativa que ya se comprendió, que puede ser visibilizar y difundir el contexto, el engaño o la intención y por otro lado dejar de interactuar con ello. Como se sabe, la interacción es lo que se busca en el contenido hipermedia, dejar de interactuar es dejar de alimentar la desinformación.

La Crítica Sistémica aplicada a dos ejemplos de desinformación

Se seleccionaron dos imágenes que han dado lugar a diferentes narrativas, al realizar el análisis desde la crítica sistémica es posible entender los aspectos cognitivos, simbólicos y semióticos; una vez comprendiendo los aspectos y las dimensiones es posible evidenciar la intención de las imágenes.

Imagen 1



"Niña llorando en la frontera" de John Moore, Getty Images, 2018

Prefiguración

La fotografía fue tomada por John Moore, el 12 de junio de 2018 (Reuters, 2018). Se observa a una niña de dos años, llorando de frente al cuerpo de una mujer joven -de quien no se distingue- su rostro con los brazos estirados al frente con el cuerpo inclinado hacia una camioneta de migración. Detrás de ella se encuentra un hombre con uniforme, guantes y armado que se entiende es un agente y está inspeccionando o arrestando a la mujer mientras la niña se ve emocionalmente afectada.

Configuración

La frontera entre México y Estados Unidos es tema recurrente en los gobiernos de ambos países por el tema de migración. En 2018, el entonces presidente Donald Trump implementó la llamada “[...] política de inmigración de “Tolerancia cero” Trump había separado a 2 mil 342 niños de sus padres en la frontera entre México y Estados Unidos entre el 5 de mayo y el 9 de junio...” (El Financiero, 2018).

El fotógrafo John Moore captura el momento en que el agente estaba inspeccionando a la mujer en la zona fronteriza. Declaró que eran madre e hija de nacionalidad hondureña. La fotografía fue tomada para una “...campaña en Facebook que recaudó más de 17 millones de dólares en donaciones para RAICES, organización sin fines de lucro que brinda servicios de defensa legal a inmigrantes y refugiados.]” (*El Financiero*, 2018). Además del impacto económico también fue un símbolo del sufrimiento infantil provocado por la política mencionada.

La sociedad conmocionada por narrativa de la fotografía hizo viral el momento capturado y puso en la mesa la política que representaba el presidente de Estados Unidos, provocando la polarización de la opinión pública: una parte condenó la política migratoria, mientras que la otra la aplaudió.

Refiguración

1.- Dimensión lógica

Se describen los elementos formales y compositivos de la imagen, los signos que se identifican:

- Gama cromática: los colores que predominan son neutros, el ambiente es oscuro, como acento de color se observa la ropa que usa la pequeña.
- Niña llorando: símbolo de inocencia, se le ve en una situación que le provoca un shock, un trauma, el concepto que se ve sería vulnerabilidad y dolor.
- Cuerpo de mujer: No se le ve rostro, se encuentra de frente a la niña, pero con un espacio entre ellas tiene las manos extendidas y apoyadas en la camioneta, en una actitud de sometimiento.
- Cuerpo de hombre: No se le ve rostro, por el pantalón que trae se entiende que es un agente, representa autoridad y es quien está sometiendo a la mujer.
- Composición, encuadre: La niña es el centro de atención, es la única que aparece completa, destacando la expresión de miedo y angustia, excluye detalles importantes sobre el contexto completo. No hay forma de que el espectador pase por alto a la pequeña, ella es el signo, toda la intención pesa en la representación de la infancia y la inocencia

2.- Dimensión estética

La fotografía conecta en la función emocional, Ver a la niña llorar de esa forma angustiante frente a una persona que posee un uniforme de agente estadounidense es el estímulo para comprender la diferencia cultural; la fragilidad que representa la niña y el poder y autoridad que representa el agente, frente a su madre y ella.

Conocer el contexto sobre la ideología del presidente, ejerce una

presión social sobre la ya descrita actitud de la niña. Entonces, no sólo se percibe la situación alarmante, sino que se da por hecho que será separada de su madre y abre una infinidad de posibilidades hipotéticas sobre su futuro inmediato.

La fotografía fue galardonada con el premio *World Press Photo*, como fotografía del año (2019). Además, la revista TIME la colocó en su portada del mes de junio del 2018. Poderosa tapa que coloca a la misma niña en el centro llorando, angustiada, con la cabeza hacia arriba mirando al presidente, quien la mira hacia abajo en un contraste visible de posición y actitud, el contraste es notorio, él luce fuerte y poderoso frente a la fragilidad y vulnerabilidad de la menor.

Imagen 2



3.- Dimensión ética

El impacto mundial que obtuvo la fotografía y la portada de revista por la polémica causada inundó las redes sobre reflexiones y posicionamientos, la imagen se convirtió en un instrumento político, voces, opiniones a favor y en contra, como sucede en la hipermedia, basta con un estímulo que provoque una respuesta inmediata para creer o posicionarse en lo que suele parecer lo políticamente correcto.

La decisión de la revista de tomar como símbolo a la niña y abanderar un movimiento anti-migración es relevante por el impacto de tal medio, de nuevo recordando a McLuhan, el medio es el mensaje, basta ver el alcance mundial de la revista Time. Se usó como instrumento emocional, la indignación causada fue intencionada mediante el símbolo que representa la pequeña niña. La narrativa que se configuró de la foto original sumando la portada de TIME ejercieron presión social y mediática al gobierno estadounidense.

Como se ha expuesto anteriormente, el contraste en la información es importante para la verificación de esta, conocer la fuente primaria y comprender el contexto es un acercamiento más certero hacia la información expuesta. Un signo descontextualizado o que sea manipulado a través de los medios es considerado una noticia falsa.

La fotografía no mostró el contexto completo. Al leer las notas completas, las entrevistas del fotógrafo, las declaraciones de los padres de la niña y demás involucrados se comprende que la situación fue distinta. Moore es fotoperiodista de Getty Images, un banco de imágenes. En entrevista con la BBC, explica que llevaba todo el día acompañando a los agentes fronterizos buscando una buena fotografía, que era casi media noche cuando encontraron a varias familias latinoamericanas, pidieron sus documentos, los interrogaron y examinaron. Comenta que la madre de la niña llevaba a la pequeña en brazos al bajarla para cumplir la orden la niña comenzó a llorar y fue el momento perfecto para tomar la fotografía; admite haber hablado con varios inmigrantes e incluso haber tomado más fotografías y ser testigo de un trato humano y profesional, además de confirmar que ninguna familia fue separada, “Completada la identificación, los subieron en vehículos en los que se los trasladaría a los centros de retención” (BBC, 2018)

El padre de la menor también fue identificado, además de coincidir con lo dicho por el fotógrafo también admitió gran sorpresa al ver a su hija siendo la portavoz del movimiento anti migrantes. “El padre agregó que la niña y su madre, Sandra Sánchez, fueron detenidas juntas en la ciudad fronteriza de McAllen, Texas, donde Sánchez solicitó asilo, y que no fueron separadas. La vicecanciller hondureña, Nelly Jerez, confirmó la versión del hombre” (*El Financiero*, 2018)

Análisis reflexivo

La fotografía abanderó el tema de la inmigración, sin embargo; no representa la realidad del momento, es una representación simbólica de la ideología, que creo una narrativa a partir de un discurso visual que provocó tal descontento social que el presidente Trump dio marcha atrás a la política de separación de familias.

En cuanto al tejido social las reacciones fueron polarizadas, quienes estaban en contra de la política impuesta y los nacionalistas a favor de la política mencionada, esto mientras la efervescencia de la imagen se compartía sin mayor contexto, una vez que los usuarios comenzaron a leer la noticia completa la opinión también se dividió cuestionando la ética y la intención de los medios de comunicación al compartir una imagen descontextualizada, mientras que otros defendieron el impacto y las acciones logradas tras la imagen.

El impacto emocional de la fotografía generó diferentes reacciones, entre ellas indignación y protesta. Por otro lado, empatía y sororidad de la sociedad civil ante las políticas presentadas, considerada inhumana y cruel. Dos hechos son ciertos: Trump dio marcha atrás con la acción de separar a los niños sus padres y también es cierto que los medios de comunicación omitieron un contexto completo simplemente replicaron un supuesto discurso, una representación de algo, una manipulación del signo y del significante.

También cuestionada la intención del fotógrafo, quien buscaba capturar un momento con un impacto emocional que lo llevara a ganar un

premio de fotoperiodismo social, que no es el primero que obtiene.

Este ejemplo refleja el alcance de una descontextualización y representación de un signo, como cambia el sentido y como logra esa acción. Ese cambio conductual e ideológico se puede ver este caso como un arma de doble filo. Por un lado, tiene un impacto positivo, finalmente abandera una causa que debía reconsiderarse y así fue, por otro la descontextualización y el poder hegemónico de los medios globales, lograron apelar a la emoción sin mayor reflexión.

Imagen 3



Fuente: Twitter

Prefiguración

El papa Francisco líder de la iglesia católica va caminando por una calle, vistiendo una chamarra tipo abrigo, color blanco, con un estilo y postura sobria, mostrando una cruz que cuelga de su cuello.

Configuración

A principios de marzo del 2023, se viralizó la fotografía del papa Francisco, portando una chamarra tipo puff similar a las de la marca Balenciaga. Generó gran impacto visual por la postura suelta y erguida del líder religioso y por la percepción de lujo que le da la prenda que porta. Camina solo, sin comitiva, ni con su característico atuendo, el concepto que representa es empoderamiento e incluso frivolidad.

La imagen rápidamente tuvo alcance mediático, no pasó desapercibida. No es para menos, nunca se había visto un líder religioso portando marcas de lujo con soltura y naturalidad, más como celebridad que como ejemplo de moralidad. La foto dividió opiniones se descalificó su veracidad y también usuarios aceptaron y aplaudieron el nuevo estilo que refleja la imagen.

Considerando que se trata de una figura pública, social y máximo líder del catolicismo denota una contradicción en la imagen, entre el discurso y la parte formal, sin embargo; también puede tratarse de una ocasión especial que amerite el uso de una prenda tan peculiar.

Refiguración

1.- Dimensión Lógica

- Gama cromática: el color blanco domina la imagen, el fondo difuminado sólo resalta mucho más el color blanco.
- Papa Francisco: se identifica al líder de la iglesia católica caminando, despreocupado, se ve de perfil.
- Vestimenta: chamarra estilo abrigo, juvenil y moderna.
- Postura corporal: erguido y camina de forma natural sin percatarse de la cámara.
- Composición y encuadre: el punto de atención es el papa, la actitud erguida caminando por la calle y el fondo difuminado dan la sensación de poder y autoridad.

2.- Dimensión Estética

La composición centrada dirige la atención hacia el personaje principal. Genera una sensación de contraste simbólico que no es común. Es un símbolo ideológico que representa austeridad y humildad, la imagen refleja empoderamiento y lujo. Se observa una estética de la cultura del consumo y la apariencia, es un discurso poco común en un líder religioso, sin embargo, también fue bien aceptada por una audiencia que defendió su derecho a portar ropa de moda.

La narrativa es contradictoria, la ideología que representa no fomenta el consumismo, ni el uso de marcas de lujo, pero ante el desconcierto también se entendió como crítica al consumismo y la materialidad. Rápidamente se viralizó y aparecieron más fotografías sobre el mismo personaje posando como una celebridad y en situaciones poco comunes

Imagen 4



Fuente: Twitter

3.- Dimensión Ética

El papa Francisco es el símbolo de una ideología, alterar el símbolo genera una percepción errónea, interpretaciones y narrativas fuera de contexto e incluso ofensivas, la polémica causada por el uso de marcas, actitudes y un discurso anómalo, son las consecuencias de una *deepfake* que rápidamente se convirtió también en bulo.

El nivel hiperrealista de las imágenes ayudó a generar una opinión creíble, las reacciones se salieron de control, incluso había grupos sociales que aplaudían la actitud que se mostraba en las imágenes, a pesar de no ser reales no hubo una respuesta institucional, al consultar los medios oficiales del Vaticano no desmintieron ni hicieron alguna alusión a las polémicas imágenes. Tras el impacto y alcance Pablo Xavier, autor de la primera imagen explicó que su creación fue fortuita y sin mala intención, realizada en Midjourney :“Mucha gente pensó que eran reales sin cuestionarlo. Es una locura”, ha señalado” (*La Vanguardia*, 2023)

A pesar de haber desmentido que las imágenes fueran reales, la discusión sobre la responsabilidad ha sido constante, una vez que salió la primera internet se convirtió en galería de otras imágenes similares, la creación y viralización se salió de control no hubo sanción alguna a pesar de haberse visto como burla o falta de respeto y en otros casos como comididad.

La descontextualización en la narrativa del signo, el nivel de representación detallado, minucioso, sofisticado hizo dudar sobre la veracidad, lo que subraya la necesidad de alfabetización digital para reconocer las imágenes generadas por inteligencia generativa. También pone de manifiesto la responsabilidad de las plataformas en la propagación de la información y la conciencia del usuario para dejar de interactuar con la desinformación.

Conclusiones

El espacio digital es un lugar no tangible simbólico, la representación de la realidad, por tanto, es un producto del proceso semiótico con todos los actores que involucra y todas las relaciones entre ellos. Los signos adquieren nuevos comportamientos y múltiples significados, son recontextualizados en plataformas digitales, las interacciones entre ellos también tienen una naturaleza más fugaz, efímera, pero con gran poder para la acción. Los algoritmos son parte de la problemática, sólo buscan interacción, a pesar de los esfuerzos por mitigar la desinformación aún es materia de análisis y reflexión por la complejidad del entramado, porque también hay riesgo de manipulación y corrupción en las sanciones y coartar la libre expresión.

En la aplicación de la crítica sistémica se observa que un signo puede ser interpretado de diferente forma, como la *deepfake* del papa Francisco, hubo pluralidad de opiniones desde humor, crítica, política, censura, aceptación, etc, también permitió entender cómo la manipulación de un signo puede provocar discusión, debate y acción en ámbitos sociales y políticos, la presión que se ejerce a través de las redes es tan fuerte que obliga a replantear situaciones.

El proceso en la Crítica Sistémica de la Dra. Eska Solano (2012), lleva implícito la identificación de la retórica, el *logos*, *phatos* y *ethos*. En ambos casos expuestos, la lógica y la coherencia en las imágenes expuestas dan sentido a la narrativa. Al sumar la dimensión emocional, la narrativa toma una fuerza imparable y la reacción del usuario es inmediata. De ahí la importancia que señala Esqueda (2000) en lograr diferenciar la persuasión de la manipulación. La primera busca un criterio a partir de un análisis reflexivo, la segunda busca una reacción inmediata. El uso de esta metodología puede sumarse a las estrategias de alfabetización digital.

Referencias

- BACKER, F. (2019). *Posverdad y fake news: propaganda y autoritarismo en el siglo XXI*. [Trabajo fin de máster]. UNED.
- BALLESTEROS, A. (2018). ¿Sociedad de la desinformación? Perspectivas sobre las noticias falsas. En A. Sacristán (Coord.), *Sociedad digital, tecnología y educación* (págs. 89-130). Madrid: UNED.
- BARABÁSI, A.-L. (2002). *Linked. The New Science of Networks*, Cambridge, MA: Perseus.
- CASTELLS, M. (2006). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. (4^a ed.). Alianza Editorial.
- DAY, M. (2019). El concepto de red en Manuel Castells y Bruno Latour. El debate “agencia-estructura” en la teoría social sobre la red. *RevIISE - Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 13(13), 69-76.
- D. OLMO, G. (19 de junio 2018). “Tenía 2 años y venía de Honduras”: la historia detrás de la foto viral símbolo del drama de los niños inmigrantes en EE.UU. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-44529530>
- ECO, U. (1986). *La estructura ausente. Una introducción a la semiótica*. Lumen
- (1992). *Los límites de la interpretación*. Lumen.
- EL HERALDO. (21 de junio 2018). *Revista Time publica polémica portada con foto de niña hondureña y Donald Trump*. Disponible en: <https://www.elheraldo.hn/hondurenosenelmundo/revista-time-publica-polemica-portada-con-foto-de-nina-hondurena-y-donald-GMEH1189971>
- ESQUEDA, R. (2000). Retórica: ¿Violencia o Persuasión? *Metapolítica*, 4(13), 153-161.
- FLORES, S. (2014). *Redes sociales digitales. Nuevas prácticas para la construcción cultural*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- FUNDACIÓN TELEFÓNICA. (15 de septiembre de 2009). *Según el físico Albert-László Barabási las redes digitales funcionan de forma similar a un organismo vivo y responden a sus mismas reglas*. https://www.fundaciontelefonica.com/noticias/17_01_2014_esp_6370-195/#:~:text=Barab%C3%A1si%20que%20en,e%20int erconectados%20de%20forma%20aleatoria.
- GARCÍA-VALDECASAS, J. I. (2015). La estructura compleja de las redes

sociales. *Revista Española de Sociología*. 24. 65-84

GEORGE, C. (2020) Alfabetización y alfabetización digital. *Transdigital*1(1). <https://doi.org/10.56162/transdigital15>

LEONIDAS A. J. (2011). *Introducción al Análisis de Redes Sociales*. [Documento de Trabajo, Centro Interdisciplinario para el Estudio de Políticas Públicas] <https://www.ciepp.org.ar/images/ciepp/docstrabajo/doc%2082.pdf>

MAGALLÓN, R. (2020). La nueva infonormalidad: no pienses en “fake news”, piensa en desinformación. *Cuadernos de periodistas: Revista de la asociación de la prensa en Madrid*. 40. 12-21. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7529082>

OSORIO-ANDRADE, C.F., Arango-Espinal, E., Rodríguez-Orejuela, A. (2022). ¿Qué sabemos sobre Fake News?: un análisis bibliométrico. *Revista Encuentros*. 20(02). 124-140.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (2018). Promoción y protección de todos los derechos humanos, civiles, políticos, económicos, sociales y culturales, incluido el derecho al desarrollo. <https://documents.un.org/doc/undoc/gen/g18/221/84/pdf/g1822184.pdf>

REUTERS. (21 de junio del 2018). *La historia detrás de la niña migrante en la portada de Time*. <https://www.elfinanciero.com.mx/mundo/la-historia-detrás-de-la-foto-de-la-nina-migrante-en-la-portada-de-time/>

RODRÍGUEZ PÉREZ, C. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, (40), 65-74. <https://doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>

SCOLARI, C. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.

SIEMENS, G. (2008). Una breve historia del aprendizaje en red. <https://es.scribd.com/document/75385623/Siemens-2008-Una-Breve-Historia-Del-Aprendizaje-En-Red>

SOLANO, M. E. (2012). *Crítica Arquitectónica Sistémica: un enfoque cognitivo, semiótico y simbólico*. [Tesis de Doctorado Universidad Autónoma del Estado de México]. Repositorio Institucional – Universidad Autónoma del Estado de México.

SLIPCUK, M. (29 de septiembre 2023). Desinformación: los riesgos de las leyes anti “fake news”. *Chequeado*. Disponible en: <https://chequeado.com/nota/desinformacion-los-riesgos-de-las-leyes-anti-fake-news/>