



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**La opinión pública en Twitter. Análisis  
semiótico de la configuración de una  
tendencia: caso #IngridEscamilla**

**TESIS**

Que para obtener el título de  
**Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**P R E S E N T A**

Alejandra Arroyo Rodríguez

**DIRECTOR DE TESIS**

Mtro. Julio César Horta Gómez



Ciudad Universitaria, CDMX, 2023



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## **Agradecimientos**

Concluir mi trabajo de tesis representa un logro personal muy significativo para mí, me prueba a mí misma que mi tenacidad, mi inteligencia y mis capacidades pueden con cualquier reto que me proponga. Sin embargo, sé que mi logro tomó camino y se apoyó en muchas personas.

Les agradezco infinitamente a ustedes, mis padres, Rosa María y Omar, que desde toda mi vida han creído en mí y han hecho hasta lo imposible por verme sobresalir. Gracias por todos estos años amarme, enseñarme y estar ahí para motivarme a crecer y lograr mis metas, son todo para mí.

Gracias a mis hermanos, Jessy y Omar, por ser mis compañeros de vida y crecer conmigo, por apoyarme siempre cuando lo necesité. Gracias Jessy por inspirarme, por tus consejos, enseñanzas, pláticas y momentos que me daban luz y me motivaban para no rendirme, gracias por ver en mí la capacidad e inteligencia para seguir.

Gracias a mi Fer, por creer en mí y siempre motivarme a terminar mi gran reto intelectual, por estar siempre cuando lo necesité, por escuchar desde la primera versión de mi tesis hasta la última, por hacerme sentir que tengo mucho que decirle al mundo, que puedo con todo y más.

Gracias a ti Zel, por ser la mejor compañera de estudio y mi mejor amiga, que no es algo que cualquiera pueda decir. Por aprender conmigo, siempre leerme, aconsejarme y estar en cada momento de aprendizaje y de pasión por la semiótica. Sin ti nada hubiera sido igual.

Y por último, agradecimientos especiales a mi asesor, maestro y amigo Julio, que desde el día uno me inspiró a aprender y conocer más sobre la disciplina más bonita, la semiótica, que abrió mi mente para poder entender el mundo. Gracias por retar mis conocimientos, confiar en mí y estar ahí siempre.

# ÍNDICE

## Introducción

### Capítulo 1. La Opinión Pública y el papel de Twitter como herramienta de comunicación

1.1 Conceptualización de la Opinión Pública .....	10
1.2 Opinión pública en los medios de comunicación .....	16
1.3 La era del Internet: incidencia de las Redes Sociales Digitales y la Opinión Pública.....	19
1.4 Twitter no es una red social sino una herramienta de comunicación .....	22
1.5 El feminicidio de Ingrid Escamilla .....	24

### Capítulo 2. Semiótica de interfaces y la mediatización en la era del internet

2.1 La socialidad conectada .....	27
2.2 La ecología de los medios y las leyes de la interfaz .....	34
2.3 Los procesos de semiosis en la mediatización digital .....	47
2.4 La mediatización actual: medios digitales .....	51
2.5 Esquema de análisis de la circulación hipermediatizada de información .....	52
2.6 Qué entender con la ecología de medios y la teoría de la mediatización .....	56

### Capítulo 3. Análisis de caso: la tendencia del hashtag #IngridEscamilla

3.1 Análisis de la estructura de la interfaz .....	58
3.2 Análisis del proceso de circulación de la información en Twitter .....	72

## Conclusiones

## Anexos

## Introducción

La Opinión Pública es un concepto que se trata en materia de comunicación con aproximaciones metodológicas y teóricas sobre medición del impacto de un tema con pertinencia política o social. En las plataformas sociodigitales es un tema relativamente nuevo, se han realizado, investigaciones, tesis, ensayos y artículos donde se problematiza la red social digital como un espacio público en el que se ejercen opiniones de diversas índoles<sup>1</sup>.

La función de la Opinión Pública radica en la enunciación de juicios provenientes de ciudadanos que critiquen el sistema político, social, económico y cultural en el que están inmersos. En estricto sentido, el ejercicio se realiza de manera formal mediante canales que ofrezcan las instituciones, o de manera informal por medio de canales creados por los mismos ciudadanos.

Teniendo en cuenta el panorama de lo qué es la Opinión Pública y cómo se manifiesta, resulta interesante posicionar la mira a la actualidad y problematizar nuevas formas de manifestación de la opinión. El internet ha revolucionado cómo se llevan a cabo las relaciones sociales, por una parte, es facilitador de información y por otra, da espacio a que cualquier persona pueda emitir mensajes. Gracias a la internet, la transmisión de información se ha vuelto inmediata. Como consecuencia en los últimos años ha sido un eje central de comunicación multilateral, donde el usuario tiene un protagonismo mayor.

---

<sup>1</sup> Ejemplos:

- Gozávez, V., Romero-Rodríguez, L. M. y Larrea-Oña, C. (2019). Twitter y opinión pública. Una perspectiva crítica para un horizonte educativo | *Twitter and public opinion. A critical view for an educational outlook. Revista Española de Pedagogía*, 77 (274), 403-419.  
doi: <https://doi.org/10.2550/REP77-3-2019-04>
- Rubio García R. (2014). Twitter y la teoría de la Agenda-Setting: mensajes de la opinión pública digital. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(1), 249-264.  
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/45230>
- Bravo Márquez, F. (2013). Análisis estático y dinámico de opiniones en twitter. Disponible en <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/114470>

Con los avances tecnológicos en la información, los ciudadanos creen poder incidir más directamente en las problemáticas sociales. Además de sitios web y páginas oficiales, las redes sociales digitales han tomado gran importancia para el ejercicio de discusiones políticas, movimientos sociales, campañas de marketing político, informes, noticias y expresión de ideas. Esto último porque los individuos con competencias tecnológicas pueden transmitir sus ideas y opiniones a través de plataformas digitales, además de interactuar con los líderes de opinión o las figuras públicas. Las redes sociales digitales hacen posible el *feed back* entre círculos sociales.

Al partir de esta idea, se marca el antecedente de que dentro de la Web se desarrolla una socialidad en la que la tecnología y los usuarios co-evolucionan. Entender cómo funciona esta estructura online, implica comprender una nueva interacción social y como esta provoca una “cultura participativa” a través de las plataformas online.

Ya se han realizado análisis de las redes sociales digitales como factor influyente de la Opinión Pública, por ejemplo, la doctora Marián Alonso González (2016) estudia el modo en que los partidos políticos usan las plataformas sociales y cómo la ciudadanía responde en España. Por su lado, Francisco Arano Uría (2020) escribe sobre cómo la ciudadanía en posición de usuario interactúa, comenta y participa activamente en plataformas virtuales en donde moldea la Opinión Política. El enfoque de la presente investigación es analizar y problematizar desde un paradigma distinto: entender la Opinión Pública a partir de su desarrollo dentro de la ecología de medios, las hipermediaciones y la teoría de las interfaces.

La aplicación metodológica de la semiótica perfila el análisis a un entendimiento más profundo sobre el funcionamiento de los signos representados en la interacción de la plataforma y las razones por las que los usuarios usan y entienden estos signos. Como explica Mario Carlón (2016), la semiótica de redes permite el análisis e investigación sobre la producción del sentido en la hipermediatizada sociedad contemporánea, es decir, permite el estudio de la semiosis social como una red de producción y circulación social del sentido en un entorno digital.

Las teorías y metodologías semióticas se han desarrollado en la línea de lo digital, así como de las redes sociales digitales para lograr entender sus procesos,

estructuras y dinámicas. La semiótica de redes, la teoría de mediatización y la teoría de hipermediaciones son aproximaciones teórico-metodológicas que permitirán explicar y analizar el problema planteado en la investigación, ya que ayudan a identificar actores, relaciones y objetos que, en el análisis, ayudan a identificar procesos del desarrollo de la propagación de información, la manifestación de la opinión y los elementos que lo permiten.

Analizar las redes sociales digitales, en este caso específico Twitter, como objeto de estudio es cada vez es más importante en el desarrollo de la investigación en ciencias de la comunicación, tanto en lo académico como en investigaciones sociales aplicadas pues es necesario entender su funcionamiento y por lo tanto su alcance e impacto en la vida social. Las redes sociales digitales construyen nuevos imaginarios sociales que permiten pensar nuevas dinámicas de Opinión Pública.

El interés de hacer el análisis de la red social digital Twitter tiene dos intenciones: por un lado, la importancia de la plataforma en el desarrollo de la comunicación en ámbitos sociales; y por otro la relevancia a nivel teórico de comprender estos nuevos procesos de comunicación y sentido que están emergiendo a partir de las nuevas tecnologías.

En la investigación se pretende entender cómo la Opinión Pública tiene un nuevo proceso de manifestación en las redes sociales digitales, específicamente Twitter, es decir, cómo se transmutan formas de interacción social que eran propias de las plazas públicas, las asambleas y los debates hacia manifestaciones digitales en Twitter que se desarrollan a partir de: *trending topics*, *hashtags*, hilos de información, etc. Esto implica entender la configuración mutua de la plataforma de Twitter a partir de la interacción de los usuarios y las prácticas sociales de las personas que se apropian de la interfaz al referir objetos, sujetos y conceptos de su realidad inmediata, lo cual termina de dar el sentido de espacio público virtual en el cual se permite opinar, compartir, debatir e influir.

El caso analizado responde a un caso de feminicidio en la Ciudad de México, relevante por las condiciones en las que se propagó la información, el trato que se dio a la misma y las opiniones que surgieron a partir de esta. Ingrid Escamilla fue asesinada y desollada por su esposo el 9 de febrero del 2020 después de una pelea.

Dentro de lo más relevante del caso, es que las imágenes de la escena del crimen circularon en redes sociales digitales casi de manera inmediata. El 12 de febrero Twitter tuvo como tendencia #IngridEscamilla, la intención era, más allá de compartir su rostro, que el nombre de Ingrid se asociara con imágenes de una naturaleza distinta que la alejara de una referencia previamente establecida por los medios: violencia y muerte.

El estudio de caso tuvo un impacto mediático particular en el 2019, ya que generó una gran indignación sobre el papel que tienen los medios de comunicación dentro de la perspectiva de género y los feminicidios en México, de tal alcance que el Congreso de la Ciudad de México aprobó la modificación artículo 225 del Código Penal Federal para sancionar a servidores públicos que difundan imágenes, audios, videos, documentos o información sobre la investigación penal, condiciones personales de una víctima o las circunstancias de un delito. , la modificación fue denominada Ley Ingrid (Solorio, 2022).

Toda el impacto político y social que tuvo el caso de Ingrid se debe a la reacción que tuvo la ciudadanía, sobre todo al querer dignificar el nombre de Ingrid a través de la formación orgánica de una tendencia en Twitter en donde resultado fue posicionar un nombre, acompañado de imágenes con un objetivo social. El *social affordance*<sup>2</sup> entre los usuarios y la plataforma, permitió que los usuarios interactuaran dentro de la red con el fin de resignificar y redireccionar el flujo de la información que se estaba propagando.

Se pretende entender cómo fue el proceso de configuración en la red que permitió posicionar el nombre de una víctima de feminicidio como tendencia, pero no sólo como noticia, sino con un objetivo específico: resignificar la relación del nombre con imágenes que hagan referencia a situaciones “pacíficas” en lugar de las imágenes violentas del cuerpo. Además, comprender cómo este proceso de comunicación que se desarrolla en el espacio virtual de la red se configura a partir de un proceso de semiosis que responde a distintas condiciones discursivas de los usuarios de acuerdo

---

<sup>2</sup> Bradner, E. (2001) define *social affordance* como: “the relationship between the properties of an object and the social characteristics of a given group that enable particular kinds of interaction among members of that group”. Consultado 18 de enero 2023 en: [assets/pdf/social-affordances-understanding-technology.pdf](#)

con sus experiencias. Con base en lo expuesto anteriormente, resulta interesante plantear la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo funciona la plataforma digital Twitter en el proceso de manifestación de la Opinión Pública de los usuarios, en el caso del feminicidio de Ingrid Escamilla, a partir de la dinámica de interacción que establece la propia plataforma y el uso que le dan los usuarios?

La hipótesis para trabajar en la investigación es: La estructura y diseño de la interfaz de Twitter determina cómo se organizan y guían las interacciones de los usuarios, no es un proceso natural que se pretende asemejar como una conversación natural (Opinión Pública de personas de cara a cara). Las funciones de la interfaz (*twittear, retwittear, gustar, comentar y seguir*) configuran el sistema semiótico de la plataforma que condiciona los procesos de interacción de los usuarios para construir un sentido con base en la representación, el uso y la interpretación de los signos presentes en la plataforma y los mensajes intercambiados entre usuarios.

El posicionamiento del nombre Ingrid Escamilla como tendencia, es un proceso de semiosis que se desarrolló en la plataforma de Twitter, la cual funcionó como una interfaz donde sucedieron intercambios discursivos sobre la circulación de las fotos del feminicidio de Ingrid. La estructura de la plataforma digital Twitter y la interacción de los usuarios plantean una nueva forma de organización/manifestación de los procesos de comunicación en cuanto a Opinión Pública, ya que han cambiado las maneras en las que se configura y lleva a cabo la expresión de opiniones.

El objetivo general de la investigación es: mostrar cómo la estructura de la plataforma Twitter condiciona los procesos de interacción de los usuarios y por lo tanto el proceso de formación y manifestación de la Opinión Pública se desarrolla a partir de la configuración hipermediática de los medios implicados en el proceso. Esto permitirá saber cómo es que las redes sociales digitales pueden condicionar la formación de la Opinión Pública a partir de sus propias estructuras.

Para obtener el corpus de análisis se utilizará una herramienta de Análisis de Redes Sociales (ARS): Gephi, es una plataforma que permite la visualización interactiva, que puede explorar todo tipo de redes, sistemas complejos y *graphos*. Con este software se pueden obtener los datos de distintos tipos de redes sociales digitales, aquí lo que interesa es Twitter.

Esta herramienta permite mostrar las relaciones que se establecen como interacción social, pero en un ámbito virtual. Trabaja de la siguiente manera: a partir del mapeo de un nombre de usuario, palabras claves o *hashtags* (*etiquetas*), se pueden mapear con base a los datos de toda la red de Twitter o por usuarios. Para el caso del análisis se buscó el hashtag #IngridEscamilla, pues era la tercera tendencia en México el 11 y 12 de febrero del año X, se mapeó la red completa, que permite ver comentarios y usuarios y el mapa por usuarios, que permite obtener son los nodos y ver la conexión (relaciones) por aristas.

El uso de la herramienta se limita a la obtención del corpus, para la visualización de las interacciones en Twitter, pues el análisis que se hará en la investigación es de carácter semiótico y se utilizarán otras herramientas de análisis que permitirán entender el proceso de interacción de los usuarios, así como las características de la interfaz de Twitter y su relación con otras interfaces. Con ello se obtendrá un resultado que integre un panorama más amplio sobre cómo las redes sociales digitales están complejizando el proceso de comunicación y su estudio.

El marco teórico con el que se desarrollará la investigación, el análisis y la interpretación del mismo se basa en la semiótica, que tiene sus orígenes como ciencia en la teoría de Charles Sanders Peirce (año de la obra consultada en tu bibliografía, en la que se basó Eliseo Verón (2014) para su teoría de las mediatizaciones, ya que él considera que los movimientos mentales en las personas, al percibir elementos en su entorno, son secuencias sígnicas que se corresponden con la triada de Peirce, pues hay primeridades, segundidades y terceridades que configuran el sentido de esos elementos percibidos.

[...] la primeridad consiste en la autonomía de emisores y receptores de los signos materializados, como un resultado de la exteriorización; la secundidad es la subsecuente persistencia en el tiempo de los signos materializados: las alteraciones de las escalas de espacio y tiempo se vuelven inevitables, y narrativamente justificadas; su terceridad es el cuerpo de las normas sociales que definen las formas de acceso a los signos ya autónomos y persistentes. (Verón, 2014, p. 174)

Comprender esto para los objetivos de la investigación es esencial para identificar de qué manera se desarrolla el proceso de semiosis con el proceso de comunicación que

se da en la red digital. Como explica Umberto Eco, el umbral superior de la semiótica se centra en estudiar los procesos culturales como procesos de comunicación, “aquellos en los que entran en juego agentes humanos que se ponen en contacto sirviéndose de convenciones sociales” (Eco, 1974, p.22).

Para entender los cambios en los procesos de comunicación, es importante entender las variables que los permiten. Una aproximación teórica que propone Carlos Scolari (2018), a partir de una perspectiva interdisciplinar, son las leyes de la interfaz que son conceptos y modelos interpretativos de la biosfera natural para aplicarlos a lo tecnocultural.

Aunque aún no se consolida como teoría, sus leyes pretenden comprender el sistema de las interfaces, sus dinámicas, mutaciones y evoluciones. Si bien Scolari define interfaz como “una red de actores humanos y tecnológicos que interactúan y mantienen diferentes tipos de relaciones entre sí. Los actores humanos pueden ser individuales (un usuario, un diseñador, un gestor, etc.) o institucionales (una empresa, una ley, el Estado, una organización de usuarios, etc.)” (Scolari, 2019, p.2), también realiza ejercicios metafóricos para poder explicar la definición.

La metáfora sobre la interfaz como espacio de interacción es la que nos interesa, pues marca una frontera entre el mundo real y el digital en donde se expresan procesos perceptivos e interpretativos (Scolari, 2018, p.27), además desde esta perspectiva no relaciona sólo el sujeto con el objeto (dispositivo tecnológico), sino que también entran otros sujetos, ya que la interacción social en la interfaz conlleva necesariamente una interacción intersubjetiva mediada por lo digital.

Para la investigación resulta pertinente esta perspectiva ya que permite dar cuenta de cómo Twitter funciona como una interfaz en donde interactúan los usuarios, pero al mismo tiempo condicionados por características tecnológicas de la misma red. Además de que, si bien Twitter es una interfaz al ser un espacio de interacción, esta se conecta con otras interfaces tecnológicas (páginas web, otras redes sociales), políticas (actores políticos, leyes, regulaciones) y sociales que la ayudan a coevolucionar de acuerdo con el contexto inmediato. Por ejemplo, los cambios que sufre la red al ser adquirida por nuevos dueños, o al tratar de adaptarse a las funcionalidades de las nuevas redes sociales, como Tik Tok.

Por otro lado, Mario Carlón ha trabajado sobre la teoría de la mediatización de Verón que consistía en entender cómo se desarrollan los procesos mediáticos entre la sociedad y los medios de comunicación masivos en la época post-industrial. Carlón adapta esta teoría a los procesos mediáticos actuales “en los últimos años hemos asistido a la propagación de una serie de discursos y nociones: convergencia, digitalización, usuarios, interfaces, interactividad, narrativas transmediáticas, ‘nuevos medios’, etcétera. Discursos y nociones que han renovado, sin duda, los estudios de comunicación” (Carlón, 2016, p.112)

A Carlón le interesa saber cómo es el proceso de comunicación en la actualidad, pues ya no se trata de medios masivos y el público, sino que ya existe la variable de los medios digitales que vienen a irrumpir ese modelo clásico. La Web 2.0 ha permitido que la comunicación sea más horizontal y se pueda dar también de manera ascendente. Para identificar ese cambio se necesita analizar la circulación de la información en los procesos de comunicación a través de fases en las que un discurso circula en la red digital. Esquematizar el proceso ayuda a vislumbrar las direcciones de comunicación, así como el estatuto de los enunciadores que intervienen y de los reconocimientos por parte de los usuarios receptores.

En el caso específico de la investigación, la tendencia del nombre Ingrid Escamilla, el proceso se analizará no como un fenómeno que surgió solo en lo digital, ya que la tendencia se formó inter-sistémicamente, es decir, más allá de sólo lo digital, pues los medios masivos y las redes sociales digitales contribuyeron a la divulgación de la noticia. Lo que interesa en el análisis es entender cómo la interacción dentro y fuera de la red provocó que se posicionara como tendencia el nombre de Ingrid acompañado de una imagen. El modelo de Carlón ayudará a saberlo pues está enfocado a entender cómo es el proceso de circulación discursiva entre las esferas de lo digital y lo análogo.

Por otra parte, para entender la interfaz de Twitter como espacio de interacciones a partir del caso de Ingrid, así como su relación con otras interfaces, es necesario aplicar el modelo analítico que propone Carlos Scolari. Si bien su instrumento metodológico no analiza en sí “interfaces de usuarios” (dispositivos tecnológicos),

pretende ser de utilidad para comprender el funcionamiento de diferentes tipos interfaces<sup>3</sup> en este caso la interfaz de desarrolla dentro de un espacio digital, Twitter.

Para analizar la plataforma de Twitter e identificar los elementos que permiten la interacción de los usuarios, se usará el modelo de análisis de interfaces de Scolari (2019) que propone identificar a los actores, pensando que puede ser humano, institucional o tecnológico. Posteriormente se identifican las relaciones que unen a los actores y finalmente se identifican los procesos que se dan en la interfaz.

La perspectiva semiótica tanto teórica como metodológica, ayuda a desarrollar las investigaciones del funcionamiento del signo en un plano digital, pero que al mismo tiempo se relaciona con el uso de las personas en su realidad inmediata. El estudio aquí propuesto apuesta por abrir los horizontes sobre el entendimiento de los procesos de comunicación, de las interacciones y los textos que se producen en la Web 2.0, en específico en la plataforma digital Twitter para entender cómo es el proceso de creación de tendencias que tanto caracteriza a la plataforma.

Dicho lo anterior, la presente investigación se divide en 3 capítulos: *Capítulo 1. La Opinión Pública y el papel de Twitter como herramienta de comunicación*, donde se desarrollan conceptos de Opinión Pública; el desarrollo de la era del Internet y las redes sociales digitales; el entendimiento de Twitter como herramienta de comunicación; y presentación del estudio de caso, el feminicidio de Ingrid Escamilla.

En el *Capítulo 2. Semiótica de interfaces y la mediatización en la era del internet*, se desarrollan las teorías como marco teórico y metodológico de la investigación: socialidad conectada, ecología de medios, interfaces, procesos de semiosis en la mediatización digital y circulación hipermediatizada de información proceso de circulación de la información en Twitter en el estudio de caso. En el *Capítulo 3. Análisis de caso: la tendencia del hashtag #IngridEscamilla*, se desarrolla el análisis a partir de Carlos Scolari para entender la estructura de la interfaz y con Mario Carlón, se analiza el proceso de circulación de la información en Twitter del caso de estudio.

---

<sup>3</sup> Interfaces educativas (aula, escuela, universidad, etc.) hasta políticas (partidos, parlamentos, etc.), económicas (empresas, mercados, etc.) o urbanas (manzanas, barrios, ciudades, etc.), entre otras. (Scolari, 2019, p.3)

# Capítulo 1. La Opinión Pública y el papel de Twitter como herramienta de comunicación

*En este capítulo por un lado se desarrollan las distintas perspectivas de la definición de OP, y por otro, la caracterización de Twitter como herramienta de comunicación. Este entendimiento funciona como punto de partida de la investigación para entender, a partir del análisis de caso, cómo es el proceso de OP dentro de la interfaz de Twitter.*

## 1.1 Conceptualización de la Opinión Pública

Definir el concepto de Opinión Pública ha sido materia de la filosofía política y más recientemente del área de teorías de la comunicación, se ha tratado con aproximaciones metodológicas y teóricas sobre medición del impacto de un tema con pertinencia política o social. Sin embargo, al tratarse de un concepto abstracto, las definiciones resultan confusa al tratar de explicar los fenómenos sociales con dicho concepto pues va perdiendo su significado original.

Niklas Luhmann afirma en su ensayo *Opinión Pública* (1971) que “conceptos clásicos de la filosofía política se encuentran hoy en una situación ambivalente: no se les puede abandonar, pero tampoco asumir en su significación original”, y que por lo tanto los conceptos como *Estado, derecho, poder, legitimidad, democracia, Opinión Pública*, carecen de la capacidad de explicar acontecimientos y procesos políticos concretos, es decir, más allá de una definición teórica, “tales conceptos no fueron construcciones científicas sino sobre todo respuestas de una conciencia aguda y concreta de problemas” (Luhmann, N.,1971: 9, citado por Aguilar, L. 2017). Aguilar (2017) dice que son conceptos de “logros institucionales” y de “exigencias de conducta” pero que no resuelven los problemas teóricos de donde surgieron.

La Opinión Pública ha sido abordada desde distintos enfoques teóricos, lo cual provoca que su definición también gire en torno a estos enfoques, sobre todo de ordenamiento político y social, y sobre teorías de la comunicación, enfocado en los medios. Desde su aparición en la filosofía política, puede entenderse por su relación con el funcionamiento del Estado, o bien por su formación en la sociedad gobernada.

## ¿Qué es la Opinión Pública?

Para Habermas, el entendimiento de la Opinión Pública se encuentra en las dos palabras que componen al concepto. Según Price (1994), la palabra “opinión” se entendía en tres sentidos: el epistemológico, que distingue entre un juicio de valor y otro de hecho; para diferenciar entre algo cierto o incierto, que se base en un hecho o se respalde por la pura fe; y el que mira como inferior a la opinión común o del vulgo. Lo “público” se relaciona con distintos referentes: con el “pueblo” ya sea el público general o como espacio abierto; y como el Estado, al entender que lo estatal es público.

Para Aguilar (2017), la Opinión Pública se entendió originalmente como: un deber ser al pensarla como el “bien común” o el “interés general”; es de *carácter público* al poder ser publicada y debatida públicamente; es de *carácter racional* al ser emitida argumentativamente cuyo contenido es susceptible de “ser público”; permite consensos generales sobre leyes públicas y las decisiones gubernamentales; y que el poder público actúe conforme a la “concordancia pública” de la opinión general.

El consenso en este sentido es importante ya que es el acuerdo último, el fin de la discusión y del intercambio de opiniones. En palabras de Crelier (2007) para Charles Sanders Peirce (1931), el consenso tiene naturaleza de “ser la verdad”, es decir, parte del criterio mismo de la verdad. Una comunidad define lo que es válido, y establece un criterio para evaluar el acercamiento a la “opinión última”.

Sin embargo, Habermas parte de este postulado de Peirce, y considera que pensar de esta manera el consenso implica eliminar las contradicciones y la individualidad. Es más integral entender el consenso “si se acepta que las relaciones humanas se mueven en medio de conflictos y diferencias, resulta mucho más adecuado pensar a partir de la noción de un medio semiótico intersubjetivo constituido a partir de sujetos, cuyas relaciones conflictivas es preciso regular, más que superar por completo” (Crelier, 2007, p.72).

En este sentido, la Opinión Pública permite la conexión entre los sujetos racionales que forman parte de una sociedad y la clase política gobernante, lo que, según Aguilar, hace que la *decisión* y la *opinión* política sean interdependientes. Para

Habermas (1981), los sujetos en sociedad y la estructura sistémica de las instituciones públicas dan como resultado el estado de derecho.

El concepto Opinión Pública es producto de la Ilustración, y lo acuña Jacques Rousseau (1750) en su *Discurso sobre las artes y las ciencias* para referirse a modos de ser de la sociedad. En el siglo XIX, se mira con una perspectiva más democrática y liberal, en el siglo XX, Habermas le da una definición más empírica donde ya relaciona el poder con procesos políticos. La Opinión Pública se relaciona con el concepto de *esfera pública*, pues es a partir de esto donde Habermas desarrolla la idea de que el libre flujo de información, crítica y argumentativa es un instrumento público sobre los temas políticos (Sopena, 2008).

Se entiende entonces que es en el espacio público donde surge la Opinión Pública, pues ahí se forma y se manipula, da lugar a la cohesión social que puede ser soporte de legitimación política o no. Las actividades dentro de este espacio permiten la libertad política individual y colectiva, pues es un espacio civil, no determinado por una estructura social (Mendoza, 2011).

La Opinión Pública funciona como crítica por parte de los ciudadanos, puede ser un ejercicio formal o informal, pensado en los instrumentos regulados o no por el gobierno. Esta opinión se discursiviza, según Mendoza (2011, p.110) a partir del razonamiento de las personas “fundamentada en la libertad de pensamiento, la expresión de opiniones y la difusión de ideas; en la igualdad ante la ley, la no discriminación, y las libertades de asociación y movimiento”.

Para Habermas, según Mendoza (2011. p.110) el problema durante el siglo XX, es que los intereses sectores privados influyen en decisiones y acciones políticas, “y viceversa, pues lo público se ha privatizado y lo privado se ha politizado”; es por ello que la opinión y publicidad crítica es necesaria por parte de la sociedad civil para de alguna manera ser “contrapeso básico ante las formas de presión y coacción del poder”.

En palabras de Habermas, la opinión “real” de las personas no puede depender solamente de la comunicación pública (el Estado):

[...] en el proceso de formación de la opinión y la voluntad en las democracias de masas, la opinión popular independiente de las organizaciones -que la movilizan y la integran- apenas conserva una función políticamente relevante. Pero ahí radica, de todos modos, el punto débil de esta teoría; en la medida en que el público, como sujeto de la opinión pública, es substituido en esta teoría por instancias sólo a través de las cuales es este público aún capaz de acción política, ese concepto de opinión pública se hace neutral. No puede apreciarse ya en esta “opinión pública” si procede de la comunicación pública o de la mediatización (Habermas, 2002, p. 264).

El intercambio de información es clave para que las personas establezcan una Opinión Pública. Habermas (1987) desarrolla la teoría de la acción comunicativa en la que el intercambio se ve inmerso en las dinámicas de interacción de una sociedad, donde la acción es recíprocamente definida intersubjetivamente. Es decir, la acción comunicativa es parte de la acción social al ser factor determinante en el proceso de socialización que está mediado por signos.

Habermas en *Facticidad y validez* (1998) visualiza al concepto de *espacio* de Opinión Pública. El espacio que propone es como una “red comunicativa de contenidos y posturas, u opiniones filtradas y resumidas como opiniones públicas en torno a temas determinados” (Mendoza, p.110). En esta idea, los ciudadanos son quienes se apropian del espacio público al externar opiniones, posturas sobre problemas que acontecen en su vida pública y privada, se crea una interacción comunicativa.

Lo público y lo privado, en la teoría contractualista, permite distinguir lo que corresponda a la vida política y no ya que ambas son esferas en las que se divide una sociedad. En lo público se discute lo que compete a la ciudadanía, y lo privado es lo personal. Y aunque esta línea ya se ha desdibujado por movimientos como el feminismo, representado por la insignia “lo personal es político”, esta dialéctica se ve inmersa en los espacios de intercambio e interacción en el ámbito digital.

Sin embargo, si esta Opinión Pública se manipula o se utiliza como instrumento de control se pierde la realidad desde la que hablan los ciudadanos. Por ello, contar con estos espacios es vital para una democracia, pues a través de ellos se busca legitimar las prácticas y decisiones políticas. Por eso, este espacio es el motor de la política democrática en un sentido real empírico y en un sentido normativo, modelo de política deliberativa de Habermas en el cual la “soberanía popular” (libre formación de opinión

y voluntad común) sería el punto central para legitimar las prácticas y decisiones políticas.

### *Otras definiciones de la Opinión Pública*

El entendimiento de la Opinión Pública puede perfilarse hacia otros sentidos. Hay diversos autores que dan una mirada del concepto desde otras aristas. Elisabeth Noelle-Neumann realiza el modelo de *la espiral del silencio* para explicar la influencia de la Opinión Pública en los individuos: “Se puede describir a la opinión pública como la opinión dominante que obliga a la obediencia de actitud y comportamiento, amenazando al individuo disidente con el aislamiento y al político con la pérdida del apoyo popular” (Noelle -Neumann, 1995, p.10).

El actuar de los individuos en torno a un tema es entonces influenciada, lo cual responde al proceso por el que se crea la Opinión Pública, que según Noelle -Neumann no siempre responde a los intereses personales sino a los colectivos, lo cual da cuenta de que las opiniones se aprueban o se anulan según el grupo dominante de opinión. El dominio de la mayoría sobre la minoría es a “la espiral de silencio”.

Por otro lado, Lippmann (1922) explica que es muy difícil que los ciudadanos participen tan activamente y estén informados sobre los asuntos políticos para emitir opiniones, las cuales se sesgan por prejuicios, información incompleta o manipulado por los medios masivos. Para Dewey (1927), el problema de la Opinión Pública es la falta de recursos para la comunicación, lo cual afectaba a la formación y a la difusión de la información.

En síntesis, del vasto repertorio que existe sobre lo que es la Opinión Pública, se proponen algunas definiciones de las cuales se partirá para proponer una definición operativa pertinente para la investigación.

W.Lippmann (1992, p.39)	“Las imágenes que se hallan dentro de las cabezas (...) de los seres humanos, las imágenes de sí mismos, de los demás, de sus necesidades, propósitos y relaciones son sus opiniones públicas”.
----------------------------	---

J. Habermas (1992, p. 261)	“Opinión pública significa cosas distintas según se contemple como una instancia crítica en relación con la notoriedad normativamente lícitada del ejercicio del poder político y social, o como una instancia receptiva en relación a la notoriedad pública, “representativa” o manipulativamente divulgada, de personas e instituciones de bienes de consumo y de programa”.
C.Monzón (1987, p.138)	“La discusión y expresión de los puntos de vista de público (o los públicos) sobre los asuntos de interés general, dirigido al resto de la sociedad y, sobre todo, al poder”.
E. Noelle – Neumann (1995, p,280)	“La opinión pública como control social. Su papel consiste en promover la integración social y garantizar que haya un nivel suficiente de consenso en el que puedan basarse las acciones y las decisiones”.
H. Speir citado en Rivadeneira, (1995, p. 45)	“Entendemos por opinión pública (...) las opiniones sobre cuestiones de interés para la nación expresada libre y públicamente por gentes ajenas al gobierno, que pretenden tener el derecho de que sus opiniones influyan o determinen las acciones, el personal o la estructura de su gobierno”.
C. MacDougall (1952, p.29)	“Opinión pública no es solamente la opinión de un número de personas, sino las opiniones de esas personas sobre materias sobresalientes en el foco central de interés, que es que mantiene al grupo junto. (...) La opinión pública no es esencialmente racional, sino que está basada en las actitudes que a su vez se fundamentan en emociones, prejuicios, estereotipos y otras expresiones que son culturales en su origen”.

Tabla 1. “X” Fuente: elaboración de la autora

Con base en las distintas definiciones de que se han desarrollado a través del tiempo, utilizaré como mi definición operativa de Opinión Pública: proceso que ocurre entre personas involucradas e interesadas en las circunstancias políticas y sociales de su entorno que da como resultado juicios racionalizados que parten del conocimiento general, de las expectativas y deseos de cada persona, con los cuales se busca llegar a un consenso sobre un determinado tema polémico.

## 1.2 Opinión pública en los medios de comunicación

Partiendo de la definición operativa, se puede contrastar el entendimiento de la Opinión Pública a partir de la comunicación como proceso. Las teorías que relacionan ambos conceptos, Comunicación y Opinión Pública, se basan en el concepto de los *mass media*.

Al ser la sociedad masificada, las formas de comunicación se adaptan a esta masificación, los *mass media* son los mecanismos por los cuales se establece esta conexión entre el gobierno, instituciones públicas o privadas con los votantes, población o público en general. Cuando las sociedades aún no eran de masas, la Opinión Pública podía darse entre ciudadanos, sin embargo, en las sociedades masificadas los medios de comunicación funcionan como configurador de la Opinión Pública, como fuente y regulador de la información:

Bajo la organización social sustentada en los grupos primarios, los principales medios de formación de la opinión eran la conversación y el intercambio entre un orador y su auditorio. A través de estos medios se difundían las noticias, rumores, murmuraciones, juicios de los líderes y discusiones sobre los problemas locales. Donde quiera surgieron los gobiernos centralizados y se desarrollaron los centros urbanos, la difusión de las noticias y los medios de comunicación se volvieron más complejos y en cierta medida indirectos. (Young, 1999, p.110)

Teniendo esto en cuenta, es importante para esta investigación, revisar cómo es el proceso de formación de Opinión Pública. En líneas generales es el resultado de un proceso colectivo, donde interactúan diversos actores sociales, para James Bryce, el proceso se explica así:

a) Una forma rudimentaria caracterizada por expresiones de opinión individual que de alguna forma son representativas del pensamiento general sobre un asunto; b) un estadio en el que las opiniones individuales cristalizan en una fuerza colectiva; c) un tercer estadio en el que, después de la discusión y el debate, se consideran las posiciones definitivas; y después, d) el estadio final donde hay que pasar a la acción, habitualmente como un miembro de algún grupo, o facción (Bryce, 1995, citado en Crespi, 2000, pp. 30-31).

Según Price (1994), hay que pasar de la suma de opiniones individuales a una colectiva. El debate público según el autor se da en dos niveles: toma de decisiones en grupos y debate público en entornos mayores.

El primer nivel se refiere a la discusión en un grupo, y se intercambien opiniones sobre un asunto. La importancia de las opiniones varía según el tamaño del grupo, pueden pesar más unas que otras en especial si se trata de una organización, pues los actores crecen y por lo tanto la importancia de algunos también. En el segundo nivel entran los medios de comunicación, quienes pueden ser fuentes de información o tomar un papel influenciador. Price (1994) concluye que la Opinión Pública se forma como un proceso de interacción, primeramente, en grupos primarios y después en el “gran público”, en donde los medios de comunicación ya tienen un papel importante.

La formación de la opinión, así como el concepto en sí, se desarrolla desde muchas perspectivas y hay diversas teorías sobre el proceso de formación. Diversos autores la explican como un proceso de tres o más etapas en las que van interfiriendo distintos actores políticos y sociales, circunstancias sociales e instituciones, con el fin de llegar a un consenso para una acción política. Sin embargo, para fines analíticos de esta investigación se busca una perspectiva que describa en específico la formación y circulación en los medios de comunicación, pues la intención es comparar el proceso de la circulación de mensajes de los medios de comunicación tradicionales y los medios digitales.

Las definiciones y teorías planteadas en torno al concepto de Opinión Pública están basadas en sociedades ilustradas y democráticas, los medios de comunicación forman parte de las sociedades democráticas. Estos no sólo son un canal de transmisión de mensaje e información, también forman corrientes de opinión e interpretación sobre los acontecimientos de los que hablan. Más allá de los efectos que cause la Opinión Pública y su formación, lo que aquí interesa es el proceso de configuración de esta, es decir el proceso de comunicación que el que se desarrolla.

Dentro de una concepción democrática liberal, los medios cumplen la función de “vigilar” las decisiones y acciones políticas del gobierno, asunto que antes les tocaba a los ciudadanos. El problema es que los medios no pueden representar puramente

la voz de los ciudadanos, ya que forman parte de las élites institucionales, por lo tanto, los ciudadanos no tienen poder de elección o influencia sobre los medios.

Desde una perspectiva semiótica, el contenido o la información representada en los medios, parte de los procesos de construcción de sentido. Ligado al párrafo anterior, si se considera que las élites institucionales son quienes poseen los medios de comunicación, es factible pensar que son ellos quienes en mayor medida deciden y construyen los sentidos configurados en los contenidos de los medios.

Gurevitch y Blumler (1990) distinguen siete funciones de los medios de comunicación en sociedades democráticas:

- a) la identificación de los problemas sociopolíticos; b) la provisión de plataformas para la defensa de causas o intereses; c) la trasmisión de contenidos a través de las diversas dimensiones y facciones del discurso político; f) el análisis y control de la actividad de las instituciones políticas y g) la provisión de información a los ciudadanos para que conozcan lo que ocurre y puedan participar activamente (p.270).

Hasta el momento han quedado claros los actores principales que forman parte de la Opinión Pública a partir de las teorías descritas: ciudadanos, las élites (clase política, instituciones públicas o privadas) y los medios de comunicación. A partir de estas ideas se realizará un diagrama<sup>4</sup> que ejemplifique el proceso de configuración comunicacional de la Opinión Pública<sup>5</sup>.



---

<sup>4</sup>El diagrama es sobre el proceso concebido con los medios de comunicación masivos, aún no se Esquema elaborado por la autora basado en el modelo de comunicación política de Dominique Wolton (1995),

<sup>5</sup> Este está basado en el modelo de comunicación política de Dominique Wolton (1995), en donde se explica la relación de los discursos de tres actores: para él existe el círculo de los políticos en donde se dan los hechos y las acciones políticas, el segundo círculo son los medios en específico los periodistas, ellos son quienes reciben y procesan la información proveniente de los políticos. Esta información se convierte en la opinión pública que son aquellos ciudadanos que se expresan y tienen un punto de vista, el tercer círculo y se puede observar a través de sondeos. La opinión pública tiene una relación de comunicación con el círculo político pues es la manera en la cual se comunican con los políticos, lo que hace al proceso dinámico y abierto. El modelo de Wolton busca explicar un proceso comunicacional en la democratización de los sistemas políticos modernos.

1. La clase política y las instituciones públicas y privadas son los actores políticos, gobernantes, burócratas y altos directivos. Personas con una posición jerárquica alta, aquellos que son dueños o tienen la capacidad de decisión final. Su relación con los medios es unidireccional ya que pueden tener una relación política o de negocios, así como intereses en común.
2. Los medios de comunicación son los masivos: televisión, radio, prensa, publicidad o propaganda, estrategias de marketing masivo. Estos son los encargados de transmitir información proveniente de la sociedad, pero siempre basada en fuentes pertenecientes a las instituciones públicas o privadas, que, si bien responden a intereses específicos, son las únicas que tienen validez informativa.
3. Los ciudadanos, los gobernados, el público. Son las personas que reciben la información de los medios con la cual se forma la Opinión Pública, a partir de esta información se forman criterios y se dan a conocer puntos de vista sobre situaciones específicas.

### **1.3 La era del Internet: incidencia de las Redes Sociales Digitales y la Opinión Pública**

Más allá del desarrollo de las tecnologías digitales, de las herramientas tangibles, la Internet ha revolucionado el cómo se llevan a cabo las relaciones sociales. Por un lado, es facilitador de acceso a la información y por otro, es reticular, ya que cualquiera puede emitir mensajes gracias a él (*a diferencia de los mass media*). El internet ha hecho que la transmisión de información se vuelva inmediata y como consecuencia, en los últimos años ha sido un eje central de comunicación (multilateral), donde el usuario tiene un protagonismo mayor, pues este se ha convertido en emisor y receptor de mensajes (Kiss y Castro, 2004).

En México, según el reporte Digital In 2020-2021 de *Hootsuite* y *We Are Social*, la penetración de las redes sociales digitales en el país es del 77,2 por ciento. Los mexicanos se conectan a las plataformas en promedio 3 horas con 27 minutos al día,

lo que posiciona al país en el top diez de los países que más tiempo pasan en redes sociales digitales (Alvino, 2021).

Según el reporte, las plataformas más usadas por los mexicanos son YouTube con 96.3%, le sigue Facebook con el 95.3% de las visitas y luego, WhatsApp con el 91.3%. Messenger de Facebook fue usado por el 79.4% de los mexicanos, en quinto lugar, aparece Instagram con el 76.9% y en sexto lugar Twitter con el 61.1%.

El uso de estas plataformas digitales como espacios públicos de opinión funcionan como medios para que ciudadanos, instituciones públicas y privadas y organizaciones puedan informar y opinar con el fin de construir un diálogo público.

Más allá de los objetivos primarios de las redes sociales digitales, que son la socialización virtual y la circulación de la información, se han buscado estrategias para manipular el curso de la información y por lo tanto la opinión en estas plataformas, como son los *bots* que son un “programa informático que puede simular el comportamiento humano dentro de internet realizando automáticamente tareas repetitivas como enviar mensajes, emails o posteos en redes sociales” (El Universal, 2019).

Teresa Liano (2020) en su artículo *Las redes sociales, dictadores de la opinión pública* explica que: “Según el reporte de la Universidad de Oxford, en 2018 los bots continúan siendo una táctica muy usada para interferir en la Opinión Pública. Cuentas falsas son utilizadas para difundir mensajes a favor de candidatos, divulgar contenido estratégico o para postear palabras clave que jueguen con los algoritmos y así crear *trending topics*”.

El uso de estos ha sucedido en repetidas ocasiones como fue durante el gobierno de Enrique Peña Nieto, con los famosos “peñabots”, quienes controlaban la “agenda setting” (Ojeda, 2020) de las redes sociales digitales. Más recientemente con el gobierno de Andrés Manuel, a los cien días de su gobierno, el laboratorio de investigación Signa\_Lab realizó un estudio (2019) sobre una red usuarios (#RedAMLOVE) en Twitter que polarizó la opinión a favor de AMLO para sesgar las opiniones críticas hacia este. Más allá de este caso, también ha sucedido en muchas

ocasiones, por poner ejemplos, en las campañas de Donald Trump y de Enrique Peña Nieto.

Sin embargo, también la interacción y configuración de redes de usuarios pueden ser orgánicas al tener un objetivo, que puede ser visualizar una situación política o social; organizar movimientos sociales a partir de lo virtual. En la primera mitad del siglo XXI se han desarrollado diversos movimientos sociales y campañas políticas que emergen en las redes sociales digitales, o bien son reforzados por las mismas: la Primavera Árabe con #25jan, la campaña de Barack Obama con #YesWeCan, el #15M en España, para la candidatura de Trump #WomensMarch, además de #MeToo para denunciar acoso y agresiones sexuales que desarrolló en diversas partes del mundo. En México los más destacados han sido #YoSoy132 como respuesta a la oposición a la candidatura de Peña Nieto y #LosQueremosVivos, a la desaparición de estudiantes de la Escuela Normal Rural de Ayotzinapa (Redondo, 2017).

Estos ejemplos dan cuenta de cómo las redes sociales digitales han funcionado no sólo como canal o herramienta de manipulación de las tendencias, si no como codificador que facilita proceso de comunicación para distintas problemáticas sociales alrededor del mundo.

Umberto Eco (1984) en *Apocalípticos e integrados* escribió sobre la actitud frente a los *mass media*, por un lado, desarrolla la idea de cómo la cultura de masas perjudica el desarrollo de la sociedad; y por otro que la cultura de masas es imprescindible para el mantenimiento democrático del sistema social. Y, de cualquier manera, lo que las masas creen que piensan y hacen, “su modo de divertirse, de pensar, de imaginar, no nace de abajo: a través de las comunicaciones de masa, todo ello le viene propuesto en forma de mensajes formulados según el código de la clase hegemónica” (Eco, 1984, p.30).

En la actualidad y con la irrupción de la web 2.0, donde se cree que las personas tienen la capacidad de compartir información sin depender de mediaciones que regulen su actividad de producción, resulta relevante pensar cómo esos espacios de interacción son nuevos sistemas que permiten nuevas formas de significado se produzcan horizontalmente, sin perder de vista que el medio sigue siendo propiedad de una élite si no institucional o estatal, si privada.

#### 1.4 Twitter no es una red social sino una herramienta de comunicación

Twitter tiene el gran papel como herramienta de influencia e interacción en relación con temas políticos y sociales. Como dice el creador de la red social, Jack Dorsey: “Twitter no es una red social sino una herramienta de comunicación. Es como la electricidad, uno puede utilizarlo como quiera. Todo el mundo lo emplea: las *celebrities*, las personas anónimas; y por todo tipo de razones: médicas, educativas, personales y políticas también. Twitter favorece la democracia directa. Es una revolución social y cultural que acerca a los ciudadanos al poder” (El País, 2009).

El objetivo declarado fue convertir la plataforma en un servicio público. La idea del creador de Twitter es que la infraestructura de la plataforma pase desapercibida y se torne una forma de comunicación natural y que por lo tanto los flujos de información sean neutrales. Sin embargo, los mensajes son filtrados para seleccionar a los usuarios y contenidos de los tweets que tengan mayor contribución.

Esto tiene que ver con las características que Orihuela (2011) le adjudica a la plataforma en su texto *Mundo Twitter: una guía para comprender y dominar la plataforma*, para él Twitter tiene un modelo comunicativo asimétrico porque establece relaciones optativas entre usuarios, estas son elegidas por el mismo usuario, por lo que es descentralizado. También es breve, global, hipertextual, intuitivo y social. Se caracteriza por la velocidad de su *timeline*; sus posibilidades de interacción de fácil y rápida circulación de mensajes hacen que sea una red viral.

Una característica distintiva de la interfaz de Twitter es la modalidad de “seguir” y tener “seguidores” lo cual permite participar de debates públicos e intercambiar opiniones. La palabra “seguir” tiene connotaciones que aluden al liderazgo y la admiración; se relaciona con la congruencia de ideas que se buscan en personas afines a una ideología, es decir se busca seguir a un líder o bien, a grupos de personas congruentes con la manera de pensar. La manera en la que los usuarios se expresan y son conocidos es a través sus tweets, el botón-T celeste y blanco se convirtió en el formato por el que los usuarios se involucran en el espacio público virtual.

Los *trending topics* o “tendencias”, se implementaron en el 2008. Esta función permite que los usuarios posicionen mensajes por tema a través del etiquetado con un *hashtag* (#), mientras más usuarios interactúen pasiva o activamente con la etiqueta, mejor posición en tendencias tendrá el tema. Esto es relevante ya que a través de esta dinámica es posible imponer temas en la *agenda setting* o en los asuntos que trata la Opinión Pública. Con los hashtags se han podido organizar movimientos sociales como los antes mencionados.

La función de “retwittear” (RT) da la opción de reproducir tweets ya publicados por otro usuario, lo cual permite aumentar la red de interacción (relación usuario-contenido-usuario), propagación y tráfico de información. Otra de las funciones es “me gusta” que empezó como “favorito”, permite indicar a los usuarios una aprobación/afinidad con de tweet, sin embargo, es la función que provoca menos tráfico de la red pues el tweet se mueve a partir del retweet o el hashtag. Una función muy importante que permite la interacción entre usuarios es la de comentar a los tweets publicados, esto permite que la opinión circule.

La integración de este ecosistema, como explica Van Dijk (2016):

fue la promoción de la microsintaxis de Twitter como un nuevo tipo de código de intercambio. Las distintas formas de comunicación cotidiana absorbieron rápidamente los símbolos @ (haciendo referencia a un nombre online), # (para designar un tema) y RT (retweet). La apropiación gradual de la sintaxis de Twitter dentro de la web y fuera de ella –en camisetas e imanes– da cuenta de su integración ubicua en el conjunto de las prácticas sociales, tanto online como offline, en el mundo entero (2016, p.77).

Todas estas funciones que integran el ecosistema permiten que el objetivo de la plataforma tenga sentido: ser un servicio público. Sin embargo, con el paso de tiempo y los usos que se le han dado a la plataforma, se podría entender que, aunque la intención sea “democratizar” las opiniones de las personas, siguen teniendo mayor visualización las opiniones que llegan a ser tendencias, es decir, los usuarios que funcionan como nodos movilizados son aquellos que tienen mayores seguidores y por lo tanto mayor influencia.

Más allá de uso social predeterminado por los creadores de la plataforma, desde una perspectiva semiótica también es relevante considerar las capacidades cognitivas y socialmente aprendidas de los sujetos, Martha Gutiérrez (2017) explica que en la interfaz se pueden identificar unidades gráfico-semánticas (botones, menús, barras, signos verbales), estas gramáticas visuales y verbales “son inherentes al sujeto, no al objeto de diseño. El objeto diseñado es adaptado en los procesos de diseño a las condiciones lingüísticas del sujeto y a sus capacidades cognitivas” (Bañuelos 2006, citado por Gutiérrez 2017, p. 6).

Gutiérrez considera que el entorno y las condiciones en las que se encuentra el signo al ser percibido por un interpretante determina el sentido o la significación que producirá este signo. Cuando el sujeto percibe e interpreta un signo, lo asocia con una acción directa, “un icono dentro de la interfaz usa la representación simbólica para indicar en qué lugar se puede realizar un tipo de acción concreta sobre el sistema. Esta acción está dentro del contexto de la interacción, entre el sujeto y el sistema” (Gutiérrez, 2017, p.7).

En el caso de la interfaz de Twitter, existe una multiplicidad de signos que necesitan ser interpretados por los usuarios para poder utilizarlos, es decir, para poder interactuar dentro de la red necesitan aprender el lenguaje de la misma, apropiarse de él y utilizarlo con determinados objetivos: desde expresar ideas, compartir imágenes, comunicarse con otros usuarios, hasta objetivos más específicos como hacer tendencia un acontecimiento.

## **1.5 El feminicidio de Ingrid Escamilla**

El estudio de caso correspondiente a la investigación deviene de una situación agravada de violencia de género, que desemboca en el alza de feminicidios en México. El año 2021 se registró como uno de los más violentos para las mujeres en México, de acuerdo con datos del Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública (SESNSP), se registraron 1004 feminicidios (El Financiero, 2022).

El 09 de febrero del 2020 ocurrió el feminicidio que a este estudio acontece: el de Ingrid Escamilla, su esposo fue quien la asesinó después de una pelea que tuvieron.

Además de la atrocidad del caso, el tema que causó aún más indignación fue la circulación de las fotografías del cuerpo mutilado de Ingrid. En redes sociales digitales se supo primero de la noticia por la circulación de las fotos, en los medios impresos de nota roja se trató el caso de manera despectiva e insensible, el diario *Pásala* tituló en su portada del lunes "La culpa la tuvo Cupido" por la cercanía de la fecha, y colocó una foto explícita del cuerpo de la víctima. El diario *La Prensa* tituló "Descarnada", con tres fotos en toda la portada: del detenido, del cuerpo y del edificio donde vivían (BBC, 2020).

La forma en la que circuló la información resulta importante para la investigación, ya que el caso tomó relevancia en redes sociales digitales por la característica particular de las imágenes, pues fue el motivo que tomaron los usuarios para emitir comentarios de indignación y a partir de eso formar una tendencia. Como consecuencia de estos y otros titulares, colectivos, mujeres y líderes de opinión repudiaron en redes sociales digitales por la divulgación de las fotos y la forma de abordar los feminicidios en algunos medios de México.

Desde el domingo 09 de febrero del año X se llamó en redes sociales digitales a compartir en lugar de las fotos filtradas, imágenes de naturaleza contraria a la violencia, imágenes que ni fueran el cuerpo asesinado de Ingrid. En Twitter la usuaria @citcitcitcit\_ llamó a la comunidad de Twitter a evitar las fotos del feminicidio al compartir fotos de "cosas bonitas" para que el nombre de Ingrid no se asocie con su muerte violenta.

En 11 y 12 de febrero el hashtag #IngridEscamilla fue tendencia entre los primeros lugares en Twitter, y se vinculaba con información del caso, opiniones sobre el mismo, fotos y dibujos del rostro de Ingrid, de paisajes, de cielos, de animales, de flores, etc. El día 12 de febrero el tweet de @citcitcitcit\_ se hizo viral<sup>6</sup>, lo que provocó que la tendencia de #IngridEscamilla se vinculara principalmente con el nombre de la víctima e imágenes más que nada de paisajes y naturaleza.

---

<sup>6</sup> Se entiende como "viral" el proceso de propagación masiva de contenidos por parte de los usuarios en diferentes redes sociales.

El estudio específico de este caso se eligió por su relevancia en redes sociales digitales al durar casi una semana como tema de discusión de la Opinión Pública en Twitter, es decir en tendencias. El abordaje se dio primero como una ola de información relacionada al nombre de la víctima Ingrid Escamilla y con el paso de los días se enfocó al resignificar el nombre a través de imágenes que se relacionaran con objetos que refirieran conceptos de vida y no de muerte.

En un primer momento Twitter se saturó de información variada sobre notas informativas, opiniones y argumentos que explicaran o dieran a conocer una posición en cuanto al tema. Tanto texto como imágenes y videos provenientes de diversos usuarios (figuras públicas, líderes de opinión y personas comunes) formaban la red de interacción del tema. La evolución de la información que circuló en la interfaz surgió cuando una usuaria cambió el curso de la propagación de información y creó una nueva configuración de la tendencia.

Para entender este proceso es necesario profundizar en la teoría y metodología de redes para categorizar y analizar el caso aquí planteado, lo que permitirá entender como la interconexión en las plataformas responde a una evolución del ecosistema de la interfaz de Twitter y la Opinión Pública. Esto también dará paso a entender cómo la tecnología y las prácticas sociales propician la socialidad online<sup>7</sup>, ya que la interfaz condiciona, a partir de características técnicas que vinculan al usuario y el contenido, el sentido de la información codificada.

---

<sup>7</sup> Según Van Dijk (2016) la socialidad online se compone por relación de la tecnología, la capacidad de acción del usuario y el contenido.

## **Capítulo 2. Semiótica de interfaces y la mediatización en la era del internet**

*Desarrollo de las teorías como marco teórico y metodológico de la investigación: socialidad conectada, ecología de medios, interfaces, procesos de semiosis en la mediatización digital y circulación hipermediatizada.*

### **2.1 La socialidad conectada**

Ya se ha escrito acerca de Internet, su historia, y sus repercusiones en el anterior mundo análogo. Se han realizado estudios sobre casos específicos de los medios digitales (Facebook y Twitter más que nada por su antigüedad, gran crecimiento e impacto); sin embargo, el desarrollo de los medios digitales y sus implicaciones en el mundo real y virtual están en constante cambio, pues una característica definitoria del internet es la rapidez propia de los procesos digitales y la inmediatez que representa esto para los usuarios. Por ello es importante profundizar en cómo el internet configura un ecosistema de medios digitales para poder entender su impacto en la vida política y social.

La configuración de una realidad virtual a través de la red (Web 2.0) produce lo que Van Dijk (2016) llama “socialidad conectada”, es decir aquella que se realiza por medio de plataformas digitales. La infraestructura de la Internet hace posible una interacción social que se realiza con soporte en los medios sociales que son definidos como “un grupo de aplicaciones de internet construidas sobre los cimientos ideológicos y tecnológicos de la web 2.0 para permitir la creación e intercambio de contenido generado por los usuarios” (Kaplan y Haenlein, 2010, p. 60 citados por Van Dijk, 2016, p. 11), la “interactividad” y “participación” son conceptos que la caracterizan.

Estas plataformas de medios sociales son consideradas empresas de comunicación, pues fueron ganando su lugar como canal de información e interacción social en los años 2000 en adelante. La conectividad que proporcionan estos medios sociales se volvió un recurso valioso, pues la información codificada, así como los algoritmos, resultaron de gran utilidad para conocer comportamientos de las personas, tanto en ámbitos políticos como comerciales.

Van Dijk (2016) explica que esta información digital es la que configura a la socialidad online. Además, la interconexión de las plataformas más influyentes (Facebook, Twitter, YouTube y LinkedIn) tuvo como resultado la emergencia de esta nueva infraestructura: “un ecosistema de medios conectivos”. Esta nueva configuración del ecosistema comunicacional, Van Dijk (2016) la describe como: “paso de una comunicación en red a una socialidad moldeada por plataformas, y de una cultura participativa a una verdadera cultura de la conectividad, ocurrió en un breve lapso temporal de no más de diez años” (p. 12).

La comunicación en red inició con la creación de la World Wide Web [Red de Extensión Mundial, WWW] en 1991 gracias a Tim Berners-Lee; esta red permitía formar comunidades online no automatizadas; es decir, los usuarios construían sus comunidades de manera activa y la información publicada allí era de acceso sencillo para las personas que tuvieran una computadora y línea telefónica, aunque su campo de acción era muy reducido.

La llegada de la Web 2.0 surgió como un término que designa las posibilidades de la red, es decir, esta no es una versión de la Web, sino un entendimiento evolucionado sobre cómo utilizar a la red, en donde el usuario tiene un campo de acción mucho mayor. Entonces, “los servicios online dejaron de ofrecer canales de comunicación en red y pasaron a convertirse en vehículos interactivos y retroalimentados de socialidad en red” (Castells, 2007; Manovich, 2009 citados por Van Dijk, 2016, p. 12).

A partir de esto, se ha desarrollado con mayor profundidad la idea de la construcción de la socialidad online como una configuración entre individuos (usuarios) y tecnología, pues si bien tiene un soporte tecnológico como estructura, el uso del usuario es el fin último de la Web, ya que son ellos quienes utilizan y nutren las plataformas digitales.

Pierre Lévy (2007) explica esta dicotomía a través del concepto de “ciberespacio”, el cual entiende cómo “la ‘red’, el nuevo medio de comunicación que emerge de la interconexión mundial de los ordenadores [...] designa también el oceánico universo de informaciones que contiene, así como los seres humanos que navegan por él y lo alimentan” (Levy, 2007, p.1). Es decir, para el autor es imposible concebir a la tecnología separada de la cultura y de la sociedad: “Las tecnologías son producto de

una sociedad y de una cultura [...] Las relaciones verdaderas no se dan pues entre 'la' tecnología (que sería del orden de la causa) y 'la' cultura (que sufriría los efectos), sino entre una multitud de actores humanos que inventan, producen utilizan e interpretan diversamente unas técnicas" (Levy, 2007, p. 7.).

*¿Se apropian los usuarios de los medios sociales?*

Los medios sociales<sup>8</sup>, al convertirse en una influencia formal en la economía y política global toman un papel imperativo, pues se entiende que las enunciaciones que son publicadas en un espacio público virtual pueden tener efectos de mayor alcance y más duraderos. "Las plataformas de los medios sociales alteraron sin duda alguna la naturaleza de la comunicación pública y privada" (Van Dijk, 2016, p.14).

Estas plataformas digitales se piensan como medios de comunicación, pero más que nada como herramientas de empoderamiento y comunicación online, pues la Web 2.0 se caracteriza por "darle el poder al usuario", ya que, a diferencia de los medios tradicionales, la acción de comunicar no se reduce a un solo emisor.

Los medios sociales son objetos dinámicos que se transforman de acuerdo con los usos y necesidades de los usuarios, aunque también los objetivos de los diseñadores de la interfaz implican un uso estructurado de la plataforma, y por lo tanto lo dinámico se reduce, ya que no existe una bidireccionalidad entre los objetivos de los propietarios de los diseñadores y la usabilidad de los usuarios (Feenberg, 2009 en Van Dijk 2016).

Con esto se quiere decir que las plataformas no son canales neutrales que están al servicio del usuario, sino que en el diseño y el contexto (intenciones políticas y sociales) en las que se crean, se buscan formas para explotar esas conexiones. Aun así, las empresas buscan posicionarse como un aliado y al posicionarse como una forma de comunicación diferente, en el caso de Twitter se puede ver con sus eslóganes: "¿Qué está pasando?", "Defender y respetar la voz del usuario".

---

<sup>8</sup> Van Dijk se refiere con medios sociales a avances tecnológicos de la cultura en relación con plataformas de la cultura de la conectividad (e.j. Facebook, Twitter, Flickr, YouTube y Wikipedia).

En este sentido, vale la pena retomar el objetivo primario de Twitter según Jack Dorsey: “Twitter no es una red social sino una herramienta de comunicación”, para él, Twitter fue diseñado para convertirse en un servicio público multipropósito. También menciona Van Dijk (2016, p. 79):

Desde el comienzo, los usuarios y los gobiernos entendieron a Twitter como una herramienta que favorecía la conexión entre individuos y comunidades de usuarios; una plataforma que empoderaba a los ciudadanos permitiéndoles dar a conocer sus ideas y emociones, ofrecía un lugar para el debate público y posibilitaba que determinados grupos o ideas concitaran la atención general.

Sin embargo, esta idea de igualdad entre las voces de los usuarios en la plataforma se desdibuja, ya que la relación de influencia mutua que se da entre la interfaz de Twitter y los usuarios en situaciones específicas, la misma plataforma fomenta una estructura jerárquica entre los usuarios que tienen más seguidores, que por lo tanto tienen mayor influencia en la plataforma, y aquellos que podrían pasar desapercibidos.

Otro factor que contradice la idea de igualdad en la plataforma es la de los *bots*, ya mencionados anteriormente, que son un “programa informático que puede simular el comportamiento humano dentro de internet, realizando automáticamente tareas repetitivas como enviar mensajes o realizar posts y comentar en redes sociales” (El Universal, 2021). Estos programas pueden manipular fácilmente la interacción en redes sociales digitales impidiendo que se cree una red orgánica; el uso de los bots es intencional, pues se busca movilizar y controlar qué temas se ponderan en la “agenda setting”, por decirlo de alguna manera.

Por lo tanto, los usuarios si bien pueden apropiarse de una interfaz de acuerdo con el diseño predeterminado, también pueden apropiarse modificando la estructura; es decir, se manipula de acuerdo con un uso no establecido de acuerdo con los objetivos del diseñador.

Carlos Scolari trabaja la noción de interfaz a partir de una metáfora donde se conceptualiza a la interfaz como espacio de interacción, para describir experiencias interactivas en la red, es decir como “un entorno de traducción entre los usuarios, los diseñadores y los artefactos tecnológicos” (Scolari, 2018, p.26).

En este sentido se puede entender la noción del usuario haciendo uso del espacio virtual al “navegar”, “visitar”, “buscar” en las plataformas digitales diseñadas con el fin de que los intercambios ahí producidos se realicen de manera natural, para que genere un “efecto de inmersión en el usuario” (Scolari, 2018, p.27).

### *La evolución del ecosistema de las plataformas digitales*

La socialidad online de la que habla Van Dijk (2016) es el resultado de la evolución de las plataformas de los medios sociales. Para ella, estos conforman una nueva arena de comunicación en donde se van configurando patrones de comportamiento preexistentes de una socialidad empírica junto con dinámicas de socialidad creadas en el entorno online. Es por ello por lo que se habla de las plataformas como un nuevo espacio público de socialidad y opinión.

La adopción de este nuevo espacio, la normalización de uso de las plataformas por parte de los usuarios se va desarrollando de manera naturalizada y por lo tanto llega a ser imperceptible, ya que los hábitos de interpretación de los usuarios se transforman de manera gradual mientras los signos van cobrando sentido en el ámbito virtual.

Cuando estas plataformas adquieren un uso aprendido, se vuelven parte de un sistema de comunicación como herramientas esenciales de las que no se puede prescindir para mantener el contacto con otros.

Lo anterior alude a lo que Van Dijk llama “*cultura de la conectividad*”, según ella, se define por tres características (2016, p. 24-25):

- a) Se trata de una formación inmersa en tecnologías de codificación cuyas consecuencias exceden la arquitectura digital de las plataformas. Que la socialidad “se vuelva tecnológica” no sólo alude a su desplazamiento al espacio online, sino también al hecho de que las estructuras codificadas alteran profundamente la naturaleza de las conexiones, creaciones e interacciones humanas. “Compartir” y “seguir” como valores sociales tienen efectos sobre las prácticas culturales y las disputas legales que exceden el ámbito de las propias plataformas.

- b) Distintas tácticas de las plataformas, como el principio de popularidad o los mecanismos que ranquean la participación, tienen poco que ver con sus estructuras tecnológicas contingentes; por el contrario, están muy arraigadas en una ideología que valora la jerarquía, la competencia y el lugar del ganador.
- c) La cultura de la conectividad evolucionó como parte de una transformación histórica mayor, caracterizada por el replanteo de los límites entre los dominios público, privado y corporativo.

La socialidad online se entiende entonces como una cultura de la conectividad, que evoluciona según las interacciones humanas que ocurran en la interfaz. Pierre Levy (2007) lo explica por su lado a partir del concepto de “cibercultura”, esta se desarrolla en el ciberespacio a partir de tres principios: la interconexión, la creación de comunidades virtuales y la inteligencia colectiva.

La conexión es la materia esencial con la que se posibilita la comunicación universal, es el imperativo categórico de la cibercultura, según Levy (2007). En segundo plano está el desarrollo de las comunidades virtuales<sup>9</sup>, que se crean a partir de la interconexión, “una comunidad virtual se construye sobre afinidades de intereses, de conocimientos, compartiendo proyectos, en un proceso de cooperación de intercambio, y esto independientemente de las proximidades geográficas y de las pertenencias institucionales” (Levy, 2007, p.100).

Por último, el ciberespacio, según Levy (2007), es el “desvío técnico” para alcanzar la inteligencia colectiva; es decir, es la finalidad última de la cibercultura. Además, la idea de un ciberespacio, como explica Levy, desafía las teorías de filosofía política, así como las tradiciones de organización, y por lo tanto de las herramientas de comunicación.

El estudio de las mediatizaciones según autores como José Luis Fernández (2016) y José Van Dijk (2016), se deben estudiar a partir de dos niveles: como macrosistemas, que conceptualiza fenómenos complejos en un nivel social cultural, y que según Van Dijk, es la totalidad de las plataformas, que denomina “ecosistema de medios

---

<sup>9</sup> La comunidad virtual, desafía la noción de público, ya que en estas se crea el debate colectivo y de participación, lo que permea la idea de que en esta se desarrolla la opinión pública.

colectivos”; y a un nivel de microsistemas, donde se considera a cada plataforma como un microsistema en donde suceden intercambios mediáticos entre los usuarios.

El ecosistema de medios conectivos, como explica Van Dijk (2016), evoluciona de acuerdo con normas sociales y culturales en las que se van desarrollando los mismos medios; en la cotidianidad del uso, los microsistemas cambian y se adaptan conforme a los cambios de otros microsistemas, por ejemplo: si a Instagram le funcionan las historias, (videos cortos en los perfiles) en su interfaz, Facebook adapta su interfaz para funcionar de manera similar.

Entender el desarrollo de los medios, en específico de las redes sociales digitales, implica entender cómo funciona y en qué consiste la “ecología de medios”, concepto introducido por Neil Postman (Postman, citado por Islas 2015)<sup>10</sup>:

La ecología de los medios analiza cómo los medios de comunicación afectan la opinión humana, la comprensión, la sensación y el valor, y cómo nuestra interacción con los medios facilita o impide nuestras posibilidades de supervivencia. La palabra *ecología* implica el estudio de ambientes: su estructura, contenido e impacto en la gente. Un ambiente es un complejo sistema de mensajes que impone en el ser humano formas de pensar, sentir, y actuar. Estructura lo que podemos ver y decir y, por consiguiente, hacer. [...] La ecología de los medios pretende hacer explícitas estas especificaciones, tratando de encontrar qué roles nos obligan a desempeñar los medios, cómo los medios estructuran lo que estamos viendo, y la razón por la cual estos nos hacen sentir y actuar de la manera en que lo hacemos. La ecología de los medios es el estudio de los medios como ambientes.

En este sentido, es imperativo entender cómo las redes sociales digitales afectan en la actualidad el comportamiento y el sentido que pueden dar los interpretantes a los signos ahí representados. En el siguiente capítulo se explicará en qué consiste la ecología de medios y cómo a partir de esta teoría se pueden entender las hipermediaciones, es decir, las transformaciones del ecosistema mediático con la llegada de las tecnologías digitales y del internet.

---

<sup>10</sup> Definición ofrecida por Neil Postman (1931-2003) en el sitio web de la Media Ecology Association (MEA) (<http://www.media-ecology.org/>), asociación fundada en 2000 por Neil Postman (1931-2003) y Lance Strate (1956), en la Universidad de Fordham (Nueva York).

## 2.2 La ecología de los medios y las leyes de la interfaz

Entender la introducción de nuevos medios y sus repercusiones en las prácticas y teorías comunicacionales y sociales, implica conocer cómo las tecnologías han afectado la vida social a lo largo de su evolución en el tiempo.

El concepto de ecología de medios, como ya se dijo, lo introdujo Postman, aunque a Marshall McLuhan se le dio el mérito de haber definido con anterioridad el objeto de estudio de la ecología de los medios, quien decía: "Los efectos de la tecnología no se producen al nivel de las opiniones o de los conceptos, sino que modifican los índices sensoriales, o pautas de percepción, regularmente y sin encontrar resistencia" (McLuhan, 1996, p. 39).

Básicamente, la ecología de los medios estudia el impacto de los medios y de las tecnologías en general sobre la cultura a lo largo de la historia. Según Carlos Scolari (2015, pp.29-30), esta metáfora implica dos interpretaciones:

- **Los medios como ambientes:** Las tecnologías generan ambientes que afectan a los sujetos que las utilizan. Según Postman (1970) "la palabra 'ecología' implica el estudio de los ambientes: su estructura, contenido e impacto sobre la gente". [...] Esta interpretación de la metáfora ecológica podría definirse como la dimensión ambiental de la ecología mediática; los medios crean un ambiente que rodea al sujeto y modela su percepción y cognición.
- **Los medios como especies:** Según McLuhan los medios interactúan entre sí [...] ningún medio adquiere su significado o existencia solo, sino exclusivamente en interacción constante con otros medios" (1964, p.43). Esta interpretación de la metáfora ecológica podría definirse como la dimensión intermedial de ecología de los medios; los medios de comunicación son como "especies" que viven en el mismo ecosistema y establecen relaciones entre sí.

Pensar el "medio" ha sido tarea de distintos enfoques en el estudio de la comunicación. McLuhan (1964) dio grandes contribuciones a estos estudios: "el

medio es el mensaje”<sup>11</sup>, es decir, el medio más allá del contenido es elemento clave para el estudio y análisis de la comunicación. Esto, porque los efectos de los medios en la sociedad van más allá del contenido de la comunicación, pues según McLuhan, los medios moldean la percepción y la cognición de las personas.

Es importante entender en qué consiste el estudio de la ecología de medios, pues es el que engloba el entendimiento de la adaptación de los medios en la sociedad. Actualmente los procesos mediáticos de comunicación se han desarrollado a partir de lo digital gracias a la World Wide Web, por lo que se ha generado una nueva generación de medios digitales interactivos y en consecuencia el interés de las investigaciones se enfoca en los procesos mediáticos digitales.

### *Una ecología de las interfaces*

Para entender esta dinámica entre medios, su evolución y las consecuencias sociales que estos traen, el concepto de interfaz resulta preciso. La interfaz deviene de una concepción técnica sobre el intercambio de datos entre dos sistemas, sin embargo, su uso ha caído en una polisemia, pues como lo explica Scolari en *Las leyes de la interfaz* (2018), el entendimiento del concepto se hace a partir de metáforas, pues estas permiten comprender un concepto en términos de otro.

Scolari (2018) desarrolla cinco metáforas en donde se relacionan diferentes elementos que podrían describir qué es la interfaz:

- a) Intercambio de información ( $O \leftrightarrow O$ ): se refiere a la disposición material en un espacio que permite el intercambio de datos entre dos sistemas (ej. Computadora con smartphone).
- b) Interfaz como conversación ( $S \leftarrow O \rightarrow S$ ): ya no sólo son los dispositivos tecnológicos, sino que existe un diálogo entre usuario y tecnología, en donde es necesario que el usuario conozca el código de la máquina. En esta metáfora,

---

<sup>11</sup> Frase acuñada por Marshall McLuhan en *Understanding Media: The Extensions of Man* (1964) como planteamiento axiomático sobre la ecología de los medios donde se inicia la discusión teórica de la relación simbólica entre el medio, el mensaje y sus efectos.

más allá de pensar la relación del usuario con la tecnología, Scolari, a través de una perspectiva semiótica, visualiza una conversación entre el diseñador y el usuario, en donde la interfaz es la mediadora del intercambio, algo parecido a la idea de Umberto Eco (1979) *autor - texto - lector*. Mediante *affordances*<sup>12</sup> dentro de la interfaz, el usuario interpela acciones y movimientos que le permiten entender y ser parte de esta (ej. Una conversación en Whats App).

- c) Interfaz como instrumento: (S→O): es la metáfora más desarrollada en cuanto a teorías; en esta la interfaz se concibe como una herramienta que el usuario manipula para realizar una tarea, este uso es una respuesta intuitiva que Scolari explica al decir que es la concepción que el usuario hace ante cualquier artefacto tecnológico. Al ser sólo un instrumento, este desaparece pues el usuario sólo se enfoca en lo que puede hacer con la interfaz (ej. Un Kindle, un control remoto).
- d) Interfaz como espacio de interacción: la interfaz es el lugar donde se produce la experiencia interactiva en la red. Para Scolari, la WWW es una frontera entre el mundo real y el virtual (ej. Una red social digital).
- e) Interfaz como punto de (des)encuentro: se concibe como un punto de encuentro en los entornos internos y externos (ej. Un programa de TV basado en un libro).

La metáfora de interfaz que es más relevante para la investigación es la de espacio de interacción, pues en esta frontera entre el mundo real y el virtual se expresan procesos perceptivos e interpretativos (Scolari, 2018, p.27), además desde esta perspectiva no se relaciona sólo el sujeto con el objeto (dispositivo tecnológico), sino que también entran otros sujetos: “la interfaz es una frontera entre dos sistemas, o

---

<sup>12</sup> “Término anglosajón utilizado por el diseñador Donald Norman para referirse, dentro del diseño de interacción, a las posibilidades de acción que son inmediatamente percibidas por el usuario ante una interfaz (un botón o un enlace, por ejemplo, en el caso de la usabilidad web)”. Consultado el 18 de abril 2022 en: <https://www.zorraquino.com/diccionario/ux/que-es-affordance.html#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20affordance%3F&text=T%C3%A9rmino%20anglosaj%C3%B3n%20utilizado%20por%20el,caso%20de%20la%20usabilidad%20web>).

mejor, un entorno de traducción entre los sujetos —sus experiencias, objetivos y deseos— y los dispositivos técnicos” (Scolari, 2015, p, 104).

### *Las interfaces desde la semiótica*

En la interfaz interactúan usuarios con tecnologías, tecnologías con tecnologías y usuarios con usuarios a través de tecnologías, es por ello que la interfaz no se puede reducir a sólo “interfaz de usuario”. Más que nada, la interfaz es un dispositivo semiótico, pues según Scolari:

cuando los seres humanos están involucrados, la interfaz es también el espacio donde tienen lugar diferentes procesos simbólicos, desde la aplicación de competencias cognitivas de nuestra enciclopedia mental (Eco, 1981) hasta la percepción y la interpretación de las affordances (Norman, 2002) o la construcción de hipótesis sobre el funcionamiento de un dispositivo. En otras palabras, la interfaz puede ser considerada un dispositivo semiótico (Scolari, 2001, 2004, 2009 en Scolari 2015, p. 1043).

Scolari (2015) considera que la semiótica también es aplicable a las interfaces cuando se interesa en la gramática de la interacción entre los sujetos y las tecnologías, y cuando se enfoca en los procesos de producción/interpretación de sentido que surgen de la interacción con dispositivos tecnológicos.

La idea de que las interfaces también interactúan entre sí responde al planteamiento de que las interfaces conforman ecosistemas. Para que se consolide debe contar con una red de interlocutores, pues el contenido de una interfaz siempre es otra interfaz y es lo que se llama macroprocesos de interacción (Scolari, 2018, p. 49). Para el autor, las interfaces forman una red de hipertextos que se van transformando mientras estén en contacto y en constante evolución con otras interfaces. El ecosistema se forma entonces por una red de elementos humanos y tecnológicos.

Una de las leyes de las interfaces establece que estas evolucionan, “la interfaz que mejor se adapta a la red sociotécnica es seleccionada y reelegida para su replicación” (Scolari, 2018, p.61), es decir, el usuario decide unirse a una interfaz en lugar de otra y esta selección depende de restricciones económicas, sociales, militares, ideológicas, políticas y culturales.

El estudio de las interfaces a través de una perspectiva semiótica responde a la idea de que el pensamiento semiótico puede aplicarse a cualquier cosa que pueda pensarse. En este sentido, la interfaz como lugar de la interacción implica un espacio en donde los sujetos y la tecnología establecen intercambios, y es ahí cuando se vuelven usuarios. La interfaz es entonces un dispositivo semiótico que participa en la creación del significado del contenido al ser un espacio donde tienen lugar diferentes procesos simbólicos; obtiene sentido a partir de la intersubjetividad que construyen los usuarios en el espacio virtual.

### *Comunicación digital: Hipermediaciones*

Comprender las nuevas formas de comunicación que resignifican espacios de interacción a partir de lo digital, implica entender y aplicar la teoría (aún en proceso de construcción) de las hipermediaciones. Más allá de objetos tecnológicos, Scolari (2008, p.113) define a las hipermediaciones como “una trama de procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que engloba una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular”.

Para visibilizar las hipermediaciones, es necesario analizar las interfaces, pues en estas se producen los intercambios entre los sujetos usuarios y los dispositivos tecnológicos. Sin embargo, antes de explicar las categorías de análisis que propone Scolari para estudiar a las interfaces, es necesario entender desde qué conceptos parte la teoría de las hipermediaciones.

Hablar de nuevos medios significa hablar de nuevas formas de comunicación que surgen a partir de las tecnologías digitales. Diversas teorías han tratado de desarrollar conceptos que expliquen este fenómeno comunicativo como los *cibermedios* (Salaverría, 2005) o la *eComunicación* (Orihuela, 2003) en donde se da mayor importancia ya sea a la interactividad o a la digitalización, entre otras características, como rasgos que definen a los nuevos medios.

Scolari (2008), al filtrar propuestas teóricas desde diferentes perspectivas disciplinares (cibernética, comunicación, cinematografía), propone cinco características que definen a los nuevos medios con soporte digital:

- **Digitalización**, transformación tecnológica: es el proceso que define la evolución de lo analógico ya que las señales se dan a partir de un dominio binario. La digitalización es la base del internet, además de que evita la pérdida o el ruido en la información transmitida.
- **Reticularidad**, configuración muchos-a-muchos: la comunicación de masas y del *broadcasting* tiene la lógica comunicacional de uno-a-muchos. Con la Web 2.0, se ha creado una red de usuarios interconectados que interactúan a través de dispositivos digitales. La capacidad de crear redes es un proceso de comunicación que va construyendo significados.
- **Hipertextualidad**, estructuras textuales no secuenciales: al ser un sistema que supera la secuencialidad, los usuarios tienen la libertad de contar con más posibilidades de crear, compartir y enlazar información de manera simultánea. Es decir, la hipertextualidad crea una red en la que el acceso a cualquier cosa es posible.
- **Multimedialidad**, convergencia de medios y lenguajes: la multimedialidad permite al usuario interactuar con diferentes textualidades en donde intervienen distintos lenguajes y medios. Para Scolari “la multimedialidad o convergencia retórica dejan de ser algo más que una suma de medios en una única pantalla: los lenguajes comienzan a interactuar entre sí y emergen espacios híbridos que pueden dar origen a nuevas formas de comunicación” (Scolari, 2008, p. 104).
- **Interactividad**, participación activa de los usuarios: la interactividad sucede entre sujetos y entre sujetos y dispositivos, ambos se desarrollan en y a partir de una interfaz. La interactividad crea un nuevo tipo de receptor de información, este se transforma en usuario, para David Marshall (2004) la interactividad es el elemento que pone fin al *broadcasting*, pues “la capacidad de transformar su flujo y forma de presentar sus contenidos está codificada dentro de los nuevos medios.

Esta relación transformativa es básica para entender la diferencia entre 'activo' e 'interactivo'". (Marshall, 2004, citado por Scolari 2008, p.97).

Estos cinco conceptos son características que definen las nuevas formas de comunicación que se han dado en un marco digital, los conceptos refieren a la explicación de procesos:

si el adjetivo *hipertextual* realza la importancia de las estructuras textuales complejas, la *interactividad* nos orienta hacia la navegación dentro de las *redes* y al intercambio entre usuarios dentro de un modelo participativo muchos-a-muchos. Lo *digital* [...] apunta los reflectores sobre el tipo de materialidad que subyace a las nuevas formas de comunicación. [...] conceptos como *multimedia* nos remiten a la *convergencia* de medios y lenguajes (Scolari, 2008, p. 110).

Si se piensa en las hipermediaciones como la suma de la interacción y la digitalización, según Scolari (2008), hablar de la comunicación digital, es hablar de una comunicación hipermediática. Esta emergencia de nuevas configuraciones en el ecosistema mediático evoluciona los procesos de intercambio simbólico. En comparación de las mediaciones tradicionales, lo digital hace a la comunicación una red en donde el usuario tiene un papel esencial en su configuración.

Esta reconfiguración de los medios y los lenguajes, como explica Scolari (2008), va creando nuevos sistemas semióticos que se caracterizan por la interactividad y su cualidad de red, por estructuras reticulares. Y esta evolución de los procesos de mediatización son un ejemplo de la evolución en el ecosistema de los medios: los hipermedios han transformado y evolucionado la estructura comunicacional de los medios masivos.

### *La producción y el consumo hipermediático*

Para Scolari, entender los nuevos procesos de consumo cultural abre el panorama a entender las nuevas formas de "producción colaborativa", ya que las comunicaciones digitales han reconfigurado el proceso social de producción.

El software es un sistema operativo, estos pueden ser manejados por empresas y cada una maneja su propio código de sistema operativo; sin embargo, estos se manejan como propiedad intelectual. En este sentido, los productores son quienes tienen el control, pues el usuario queda como un consumidor que demanda sus necesidades y el productor trata de satisfacerlas.

Según Scolari (2008, p. 184) el sistema de código abierto invierte esa lógica ya que el código del sistema operativo puede ser difundido y modificado libremente. Este modo del sistema también modifica la relación del productor y el usuario, ya que el usuario se integra al proceso de producción de una manera más profunda.

Tener en cuenta el código abierto para el estudio de las hipermediaciones es pertinente para entender las nuevas formas de producción comunicacional, ya que el quehacer cooperativo busca más allá de un instrumento, la generación y distribución de contenidos.

La red digital permite el intercambio de información entre millones de usuarios y no sólo intercambio, sino que también ha dotado a los usuarios de instrumentos de fácil acceso y entendimiento con los que pueden crear contenidos. Un ejemplo de interfaz que es pertinente para el caso de estudio son los web blogs, ya que Twitter es considerada como la plataforma que posee el liderazgo mundial en servicios de microblogging, esta permite la publicación de breves contenidos a partir de las cuales se forman comunidades de lectores; es decir “seguidores”.

Para Scolari, el fenómeno de los *weblogs* pone en conflicto el modelo de difusión uno-a-muchos. Gillmor (2004, citado por Scolari 2008) considera que la lógica del código abierto y de la producción informativa (*open sourcing the news*) provocan un proceso inédito en los medios en donde las fuentes son múltiples en el ciberespacio: declaraciones en primera persona, fotos, información en tiempo real y, movilizaciones. Es decir, la producción y distribución de información se realiza de manera participativa. En la actualidad<sup>13</sup>, se puede observar cómo esta digitalización se ha

---

<sup>13</sup> Lo virtual dio un giro significativo en materia de comunicación en la pandemia de COVID 19, y aunque entender este giro no es el objetivo primario de este trabajo, se reconoce que es un tema digno de profundizar en otras investigaciones.

visto acelerada como consecuencia de la pandemia COVID -19, ya que han surgido nuevas necesidades de interacción comunicativa y por lo tanto nuevas formas de socialización, en donde intervienen más plataformas como medio de comunicación (Zoom, Webex, Microsoft Teams, Google Meet, Tik Tok, Instragram, Facebook, Twitter, etc.).

Otro factor que es determinante en la producción hipermediática es el diseñador web. Son ellos quienes construyen los espacios de interacción de las interfaces; es decir, crean un código para que los usuarios manejen la interfaz a través de dispositivos tecnológicos. El diseñador se enfrenta a lo que el usuario sabe y quiere, a un usuario acostumbrado a la interactividad y a las redes; Scolari lo asemeja con “El lector modelo” (1979) de Umberto Eco, considerando a la figura del lector como el usuario, es por ello que Scolari dice “si cada texto genera a su lector, [...] cada interfaz construye su usuario”.

Los usuarios utilizan la interfaz de acuerdo con las cualidades del objeto en sí, y no solo de acuerdo con las pre-estipuladas por el diseñador. En la interacción, los usuarios van más allá de la *affordance* que el diseñador estipula en la interfaz. Donald Norman (1988) utilizó el término “*affordances*” para referirse a posibilidades de acción que son inmediatamente percibidas por el usuario.

En este sentido podemos entender que las *affordance* de las interfaces son continuamente percibidas y significadas de acuerdo no sólo al objeto de uso si no a otros elementos situacionales que influyen en la interpretación, en la interacción y por lo tanto en el uso de las interfaces. Como explica Carlos Scolari, “la contracara de la *affordance* son las *constraints*: los objetos no solamente comunican su función, sino que también nos dicen lo que no podemos hacer con ellos” (Scolari, 2004, p.141).

El diseñador tiene un doble reto, pues debe diseñar una interfaz que responda a las necesidades del usuario y al mismo tiempo entender las posibles interpretaciones de sus usuarios, nunca las terminará de considerar para el diseño por lo que le deja al usuario un posible espacio de acción para usar a la interfaz según objetivos distintos a las del diseñador.

Al final, la relación del diseñador y el usuario se enmarca al establecer un contrato de interacción (Scolari, 2004). Los nuevos usos que se le podrían dar a la tecnología nacen a partir de la relación entre diseñador-producto-usuario, o como lo diría Scolari, una co-evolución entre usuarios y tecnologías, que además también depende de los ecosistemas de estructuras culturales en los que se desenvuelvan.

### *El usuario como consumidor de las hipermediaciones*

Ahora bien, las hipermediaciones son consumidas por receptores que en el entorno de lo digital se convierten en usuarios pues ya están inmersos en una dimensión interactiva digital, es un ciberespacio donde las secuencias interpretativas son distintas y donde el usuario asume identidad como navegante en la red.

Lo que caracteriza al usuario de las hipermediaciones es que su consumo es asincrónico, a diferencia de los medios tradicionales en donde el consumo era simultáneo. El usuario pasa de ser consumidor a ser *prosumidor*, Scolari (2004) dice que más allá de la trama y el contenido, se prepondera el uso y la interacción.

La usabilidad es un campo de investigación que nace a partir de la teoría de Interacción persona-ordenador, es decir se empezó a pensar cómo funcionan los intercambios entre los humanos y los ordenadores tecnológicos. Este discurso está estrechamente relacionado con la idea de la “invisibilidad” de las interfaces y la transparencia de los procesos de interacción.

Lo anterior responde a la metáfora de interfaz como instrumento, pues desde esta perspectiva se considera que aquella interfaz que desaparece para el usuario es la ideal, ya que le permite concentrarse en la tarea que está realizando mas no en el instrumento, es decir en el “cómo”.

Sin embargo, el mismo Scolari (2004) expone que la idea de la transparencia de la interfaz y sus procesos de interacción no deja observar ni pensar a la interfaz como un entorno de interacción o conversación. Esto deja a la interactividad reducida a una acción de automatización natural del sujeto, por ello considera que “antes, durante y después de la acción es posible identificar procesos perceptivos de reconocimiento,

intercambios comunicativos a nivel textual entre enunciador y enunciatario, simulaciones que remiten a experiencias precedentes de interacción [...] el usuario no puede dejar de activar competencias perceptivas e interpretativas durante la interacción con la máquina digital” (Scolari, 2004, pp.35-36).

Entonces, si en el proceso de interacción entre el usuario y el ordenador existen procesos semióticos interpretativos, también existen cuando interactúan con la interfaz digital y con otros usuarios de la red. Con otros usuarios, se desarrollan procesos de interpretación intersubjetivos.

Al final, la relación del diseñador y el usuario se enmarca al establecer un contrato de interacción (Scolari, 2004). Los nuevos usos que se le podrían dar a la tecnología nacen a partir de la relación entre diseñador-producto-usuario, o como lo diría Scolari, una co-evolución entre usuarios y tecnologías, que además también depende de los ecosistemas de estructuras culturales en los que se desenvuelvan.

Para McLuhan los humanos moldean a los instrumentos y después esos moldean a los humanos. En la perspectiva de Scolari (2008, p.273), “las tecnologías no sólo transforman el mundo, sino que también influyen en la percepción que los sujetos tienen de ese mundo”. Es decir, además de lo que las personas puedan crear, de instrumentos que se puedan usar para hacer tareas específicas, que faciliten el acontecer de las personas, las tecnologías repercuten en la vida humana más allá de la usabilidad. Los hábitos interpretativos se adaptan y evolucionan según los signos que las personas desarrollan a través de la tecnología.

Así, la tecnología permite la existencia de la Web, y en esta se construyen comunidades virtuales que cuestionan los límites de lo público y lo privado que se han transformado, según Scolari, en lo individual y lo colectivo. Hablar entonces de lo individual y lo colectivo implica también pensar en espacios, el “espacio” en el ámbito virtual se resignifica; es “donde se asientan comunidades virtuales y la distancia se mide en clics, es el lugar donde nacen y evolucionan las nuevas formas de comunicación” (Scolari, 2008, p.277). Las hipermediaciones son procesos de intercambio que suceden en este espacio, en donde se produce y consume simbólicamente, reticularmente.

Scolari (2008) explica que las interfaces son la cara visible de las hipermediaciones y por lo tanto, el espacio donde se producen los intercambios entre sujetos, dispositivos y otros sujetos. Y aunque estos procesos hipermediáticos nazcan en un espacio virtual, sus efectos e implicaciones van más allá de este.

### *Herramienta metodológica para el análisis de interfaces*

Un modelo analítico que propone Carlos Scolari se enfoca en analizar el funcionamiento de diferentes tipos de interfaces. Para iniciar el análisis, Scolari (2019) propone identificar a los actores, pensando que pueden ser humano, institucional o tecnológico. Posteriormente se identifican las relaciones que unen a los actores y finalmente se identifican los procesos que se dan en la interfaz.

1. Identificación de actores: humanos (individuales e institucionales) y tecnológicos. Los actores tecnológicos son los objetos que son utilizados por los humanos en la interfaz. Los humanos individuales son los individuos que tienen un papel en la interfaz, y los institucionales son los códigos o reglas que siguen los actores humanos.
2. Identificación de relaciones: una vez identificados los actores, se buscan las relaciones que estos mantienen entre sí en la interfaz. Scolari identifica estos tipos de relaciones, sin embargo, deja abierta la puerta para que siga creciendo la tipología:
  - Relación unidireccional/bidireccional/ multidireccional: el tipo de relación depende de la interacción y respuestas que se reciba de los actores.
  - Relación de inclusión/exclusión: este tipo de refiere a la dimensión fractal de interfaces, la cual se refiere a la posibilidad de encontrar más interfaces dentro de una interfaz. Hay que dar cuenta de qué incluye o excluye la interfaz analizada.
  - Relación de dominación/igualdad: en el primer caso, un actor se impone a otros aparentemente similares, en el segundo caso, un actor

se encuentra al mismo nivel que sus pares y posee las mismas posibilidades.

- Relación de cooperación: dos actores mantienen una relación que va más allá de la bidireccionalidad para convertirse en una relación de cooperación. Uno produce u ofrece algo que el otro actor necesita y viceversa.
- Relación de competencia: en este caso dos o más actores compiten por un recurso u objetivo.
- Relación de influencia: cuando un actor influye sobre otro generando procesos de imitación.

Scolari (2019, p.8) explica que las relaciones “si bien se expresan en una dimensión espacial, al incorporarse la dimensión temporal, muchas relaciones adquieren la forma de procesos”, que es la tercera y última categoría de análisis.

3. Identificación de procesos: se debe trazar un mapa que incluya las secuencias u operaciones que se despliegan en el proceso, así como los flujos de datos, signos, bienes o capitales que atraviesan la interfaz.

- Procesos de significación: este tipo de proceso se da entre un actor humano y un actor tecnológico, por ejemplo, el intercambio interpretativo entre el usuario y un dispositivo o entre dos actores humanos. En el primer caso, el usuario debe interpretar como se construye el significado; en el segundo, los procesos de construcción de sentido e interpretación son recíprocos.
- Procesos de producción, circulación y consumo: en este se identifican actores que participan en procesos de producción, mientras que otros en la circulación o consumo de bienes y servicios. Este modelo se puede aplicar para la significación (*circulación* de Eliseo Verón).
- Procesos de convergencia y divergencia: cuando dos actores o más actores o interfaces confluyen para generar una nueva interfaz, estamos frente a un proceso de convergencia. Scolari dice que la

evolución socio tecnológica es la historia de sus convergencias y divergencias.

- Procesos de inclusión/exclusión: las relaciones se expresan en un plano sincrónico (espacial) y los procesos en el plano diacrónico (temporal). Esto hace que algunas relaciones, al ser analizadas desde una perspectiva temporal, se convierta en procesos. Caso de la inclusión, se trata del proceso de incorporación de un actor o de otra interfaz a una interfaz mayor (termina modificándose). Respecto de la exclusión, es el proceso inverso: la interfaz expulsa a un actor. A veces la exclusión es consecuencia de una inclusión.
- Procesos de coevolución: la coevolución puede darse entre actores tecnológicos o entre actores humanos y tecnológicos. Estas relaciones entre actores son dialécticas y constituyen uno de los principales motores de la evolución de las interfaces.

### **2.3 Los procesos de semiosis en la mediatización digital**

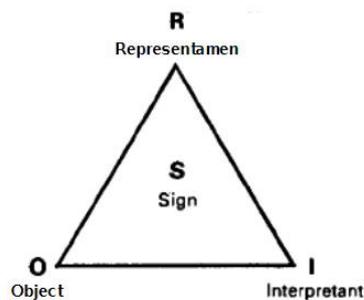
Mihai Nadin (1988) explica las interfaces desde una perspectiva informática, estética, semiótica y de la teoría interacción humano-computadora. Para él, el entendimiento y el estudio de las interfaces parte desde el diseño de estas:

“Diseñar significa estructurar sistemas de signos de tal manera que sea posible el logro de objetivos humanos: comunicación (como una forma de interacción social), ingeniería (como una forma de racionalidad técnica aplicada), negocios (como una forma de eficiencia compartida), arquitectura, arte, educación, etcétera”. (Nadin, 1988, p. 269)

En este sentido, entendemos a la semiótica en ideas de Eco (2000), como la cultura que es un fenómeno de significación y de comunicación, en cuanto se establecen relaciones de significación y procesos de comunicación. El objeto de estudio de la semiótica es el funcionamiento de signos dentro de determinadas culturas, signos que percibimos y producimos. La definición de signo pertinente para entender a la semiótica desde esta perspectiva es la de Charles Sanders Peirce:

Un signo, o representamen, es algo que, para alguien, representa o se refiere a algo en algún aspecto o carácter. Se dirige a alguien, esto es, crea en la mente de esa persona un signo equivalente, o, tal vez, un signo aún más desarrollado. Este signo creado es lo que yo llamo el interpretante del primer signo. El signo está en lugar de algo, su objeto. (Peirce,1974, p.22)

Nadin esquematiza la triada de los elementos que componen al signo de la siguiente manera: Representamen = lo que representa; Objeto = lo que es representado; Interpretante = el proceso de interpretación.

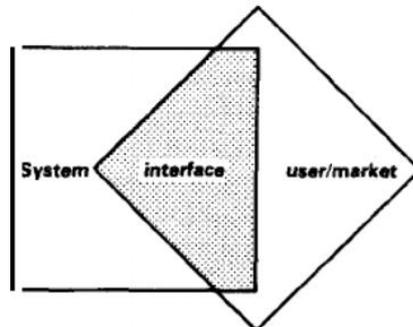


Tabla/Esquema3, tomado de Nadin, M., *Interface design: A semiotic paradigm*.

Para Nadin, en la interfaz, al ser un lugar de encuentro entre dos entidades, existe un proceso de comunicación y por lo tanto la interfaz tiene la naturaleza de un signo; es decir, funciona como un intermediario o una entidad mediadora de dos entidades de la actividad humana. Esto orilla a pensar que esta mediación está intrínseca en el diseño de la misma interfaz: “La contingencia de cada mediación, su probabilidad, imprevisibilidad relativa, su dependencia y condicionamiento por otros factores (es decir, la naturaleza contingente de cada interfaz) es un reflejo de la doble naturaleza del diseño como ciencia (con respecto a los principios científicos del diseño) y el arte (con respecto a una forma particular y original de diseño)” (Nadin, 1988, p. 272).

En este sentido, la interfaz de usuario “especifica la acción que el usuario debe tomar para acceder a diferentes partes de un sistema de acuerdo con el diseño del modelo conceptual en el que se basa un sistema en particular” (Nadin, 1988, p.273). Como

se ve en el esquema de abajo, la interfaz es el puente entre el usuario y un sistema; el usuario debe aprender a usar la interfaz para acceder al sistema.



Esquema no. 4 tomado de Nadin, M., *Interface design: A semiotic paradigm*

El diseño de interfaces se entiende entonces como una configuración de signos bajo la forma de una interfaz que permite comunicar al usuario; es decir, debe tener un trasfondo semiótico que permita diseñar gráficamente una interfaz adecuada a los procesos de interpretación visual y conceptual para que los usuarios sean capaces de interpretarla, apropiarla y usarla.

#### *Proceso de semiosis en la mediatización*

La corriente de estudios de mediatizaciones planteada por Eliseo Verón en la década de los ochenta, parte del “problema de las relaciones entre medios y las sociedades en las que la expansión de redes de comunicación se lleva a cabo” (Verón, 2014, p. 173). Verón (2014) explica que el fenómeno mediático es resultado de “la capacidad de semiosis de los humanos, es decir, la exteriorización de procesos mentales bajo la forma de un dispositivo material dado” (Verón, 2014, p.174)

En ideas de Verón (2014), los movimientos mentales en las personas, al percibir elementos en su entorno, son secuencias sgnicas que se corresponden con la triada de Peirce, pues hay primeridades, segundidades y terceridades que configuran el sentido de esos elementos percibidos.

En este sentido, el fenómeno mediático al exteriorizarse en procesos mentales, en términos peircianos se explica así por Verón (2014):

[...] la primeridad consiste en la autonomía de emisores y receptores de los signos materializados, como un resultado de la exteriorización; la secundidad es la subsecuente persistencia en el tiempo de los signos materializados: las alteraciones de las escalas de espacio y tiempo se vuelven inevitables, y narrativamente justificadas; su terceridad es el cuerpo de las normas sociales que definen las formas de acceso a los signos ya autónomos y persistentes. (p. 174)

Verón (1993) se basa en Frege y Peirce al analizar discursos para decir que los tres niveles del signo se manifiestan como: el interpretante como *operaciones*; el signo como *discurso* y el objeto como *representaciones*. En esta línea, los fenómenos de sentido se aparecen bajo materia significativa y remitiéndose al funcionamiento de una red semiótica conceptualizada como *sistema productivo*.

Para acceder a esta red semiótica se requiere de un análisis de estos tres estados, este análisis es sobre manifestaciones o productos a los que podemos acceder como pequeños fragmentos de la semiosis; es decir, al analizar productos se pueden conocer procesos.

Los fenómenos mediáticos son procesos no lineales, es decir tiene una enorme red de relaciones de retroalimentación. Para Verón (2014) “este proceso no lineal implica una distinción entre condiciones y gramáticas de producción, por un lado, y condiciones y gramáticas de reconocimiento, por el otro” (p. 175), en una circulación humana de signos.

La mediatización se puede analizar desde los códigos antiguos, la invención de la escritura, el libro, la prensa, la radio, la televisión y el internet, entre otros. Su estudio pretende entender cómo estos fenómenos mediáticos tienen implicaciones en las sociedades humanas en cuanto a apropiación y usos de un nuevo medio de comunicación. A los cambios que los medios puedan producir en la sociedad, Verón los llama “efectos radiales”, estos cambios pueden observarse en las formas de acumulación y transmisión de conocimientos, representaciones sociales, o formas de comunicación e intercambios interpersonales.

## 2.4 La mediatización actual: medios digitales

Si bien la teoría de la mediatización ayuda a entender el fenómeno estudiado, la actualidad del modelo analítico se queda en el plano de medios masivos. Mario Carlón ha adaptado la metodología de esta teoría a los procesos mediáticos actuales, “en los últimos años hemos asistido a la propagación de una serie de discursos y nociones: convergencia, digitalización, usuarios, interfaces, interactividad, narrativas transmediáticas, ‘nuevos medios’, etcétera. Discursos y nociones que han renovado, sin duda, los estudios de comunicación” (Carlón, 2016, p.112).

La noción de interfaz es importante para Carlón porque tanto esta como el usuario dan cuenta de la mediatización actual, la Internet. Lo que caracteriza a la era la internet es la interactividad que es producida por la hiperconexión, con los medios masivos ésta era casi nula, pues la comunicación se daba de manera descendente. Lo que ha cambiado entonces, *son las condiciones de circulación discursiva*, es decir, la cultura y todo lo que ella implica.

Para entender la metodología de Carlón (1987, es necesario entender el concepto de *circulación* que propone Verón, que da cuenta de la diferencia de producción y reconocimiento:

las condiciones de producción de un conjunto de significante no son nunca las mismas que las de reconocimiento. La distancia entre producción y reconocimiento es extremadamente variable, según el funcionamiento de la semiosis en que uno se coloca. [...] el aspecto de ‘circulación’ sólo puede hacerse visible en el análisis como diferencia, precisamente, entre los dos conjuntos de huellas, de la producción y el reconocimiento (p. 129).

A Carlón le interesó saber cómo es el proceso de comunicación en la actualidad, pues ya no se trata de medios masivos y el público, sino que ya existe la variable de los medios digitales que vienen a irrumpir ese modelo clásico. La Web 2.0 ha permitido que la comunicación sea horizontal y se pueda dar también de manera ascendente. Para identificar ese cambio se necesita analizar la circulación.

Para el análisis primero se debe identificar una línea de tiempo pues de esta manera “se puede identificar el estatuto del enunciador y la dirección comunicacional del proyecto que se analiza. La línea de tiempo marca el desarrollo diacrónico del caso que se está estudiando, “se van determinando las distintas de fases en que se va desplegando temporalmente el objeto de estudio. Cada fase constituye un cambio de escala en la mediatización y, generalmente, un cambio de dirección comunicacional. Por lo tanto, cada fase instaura una complejificación en la circulación” (Carlón, 2020, p.80).

Para Carlón (2018) las relaciones hipermediáticas se dan entre redes sociales digitales y medios masivos. La circulación de sentido en estas dos formas de comunicación mediática (medios masivos y medios digitales) pueden ser: 1) *intra - sistémicas*: relaciones en un sólo sistema; o bien 2) *inter - sistémicas*: relaciones entre los dos sistemas.

El análisis sociosemiótico de los enunciadores y enunciatarios también será de suma importancia para Carlón (2018) ya que a partir de este se determina: el estatuto de quienes intervienen en el proceso comunicacional, el lugar desde el que intervienen (producción y reconocimiento) y la capacidad de construir colectivos.

## **2.5 Esquema de análisis de la circulación hipermediatizada de información**

Carlón (2018) propone el análisis de la circulación de la información a partir de la esquematización de una dimensión temporal en función de explicar la circulación de acuerdo con las relaciones intra e inter sistémicas.

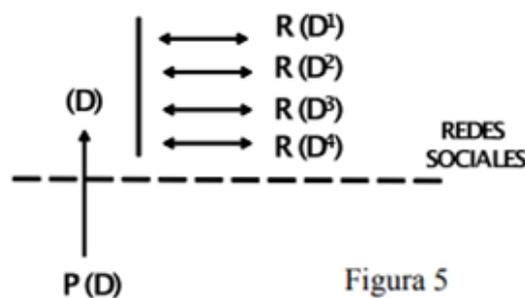
### *Dimensión temporal*

Se identifican fases cuando se producen cambios de escala de la mediatización, cuando un discurso que viene de las redes sociales digitales es retomado por medios masivos o viceversa, lo que sería una circulación hipermediatizada. Si en la circulación intra-sistémica ocurren procesos significativos, se identifican como subfases (Carlón, 2018, p. 9).

Cada fase denomina un proceso de producción de sentido específico: emergencia, divulgación, difusión, crítica, interpelación, etc... Al determinar cuántos cambios de sentido se producen en la circulación de información, se reconocen el número de fases y/o subfases de la circulación total.

Carlón propone una tipología basada en la teoría de la circulación entre dos sistemas mediáticos de Eliseo Verón; en la aplicación que Carlón propone se atienden tres direcciones: “ascendente (empieza en el sistema de mediatización con base en las redes telefónicas e Internet) o descendente (surge en los medios masivos) [...] y la horizontal dado que en las relaciones intra-sistémicas suceden fenómenos muy importantes (por ejemplo, se constituyen los colectivos en relación con un enunciador emergente o se establecen debates entre medios masivos)”. (Carlón, 2020, p.88).

Un esquema de una primera fase que propone Mario Carlón es el siguiente<sup>14</sup>:



EsquemaX tomado de Mario Carlón (2016, p. 128).

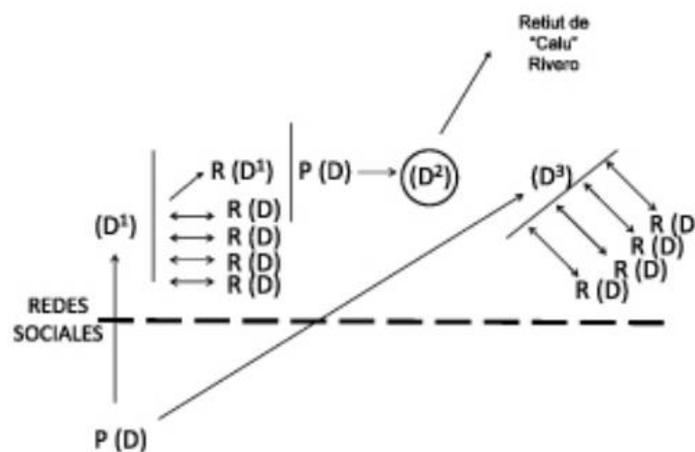
De acuerdo con Carlón (2016), es clave identificar el origen para conocer el estatuto del objeto estudiado. (D) es el discurso originario, y P (D) son sus condiciones de producción. La línea punteada es el espacio de la red social en el que (D) se publica. La línea vertical es el proceso de circulación que se da entre (D) y los discursos y prácticas de reconocimiento de otros usuarios: R (D1), R (D2), R (D3), R (D4).

En esta primera se observan las primeras interacciones que se establecen en una dirección horizontal, sin embargo, mientras las interacciones se siguen diversificando

<sup>14</sup> Las gráficas que ejemplifican las fases son retomadas del análisis que hizo Mario Carlón del caso Chicas Bondi.

la dirección podría volverse descendente. El objetivo es identificar el origen de la circulación.

La segunda fase del proceso de circulación que pudiera observarse es de una *intervención intra-sistémica*, esto ocurre cuando un usuario con gran influencia retwittea el discurso originario, lo que provoca que la red de interacción crezca. Para Carlón (2016) en esta segunda fase se consolida la generación de un colectivo de comunicación por un proceso ascendente. En ese momento, la enunciación ya no es individual, se vuelve social y supraindividual.

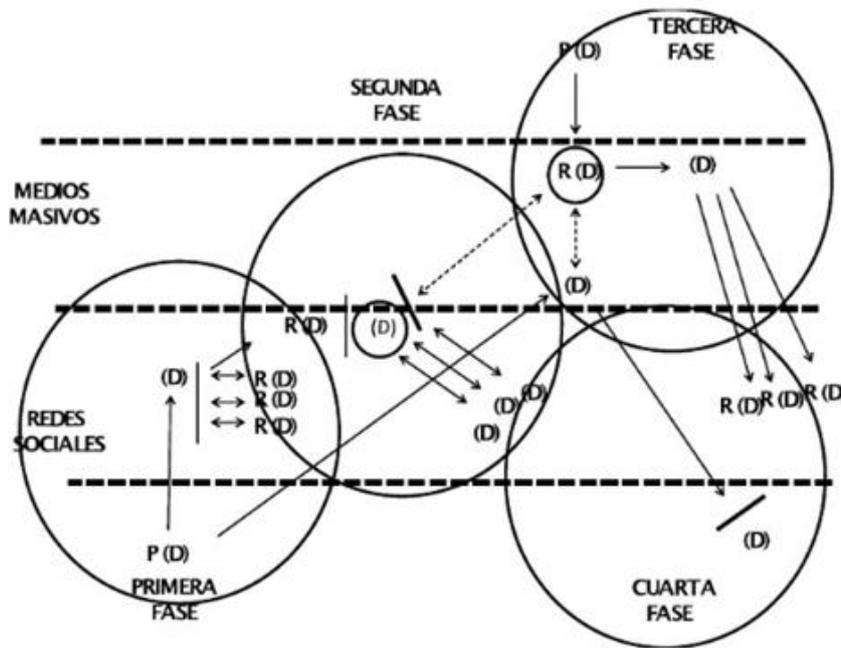


Esquema tomado de Mario Carlón (2020, p. 85).

Para determinar cómo son las relaciones entre los medios de comunicación, Carlón explica que las relaciones son *intra-sistémicas* cuando se producen en un mismo conjunto de medios; cuando conviven más de dos sistemas de medios, las relaciones son *inter-sistémicas*.

“Mientras hubo un solo sistema de medios las relaciones eran *intra-sistémicas* (por ejemplo, la radio comentaba a los diarios y a la televisión, todo sucedía a través de referencias inter-discursivas en el marco del sistema de medios masivos). Pero en una sociedad hipermediatizada, en la que conviven dos sistemas de medios con notables diferencias entre sí, estas relaciones han pasado a ser *inter-sistémicas* y la circulación del sentido ha mutado: porque ha cambiado en su ritmo, en su escala y en su complejidad”. (Carlón, 2018, p. 5)

La tercera fase de la circulación es cuando interviene la cobertura de los medios masivos, es decir, cuando los medios publican como noticia un fenómeno producido en la red social digital. Es en ese momento cuando se produce un salto en la escala de la mediatización, es decir se pasa de ser un proceso intra-sistémico (que se desarrolla en los medios con base en internet) a uno inter-sistémico, entre redes y medios masivos. En el esquema se representa así<sup>15</sup>:



Esquema tomado de Mario Carlón (2016, p. 132).

1. Primera fase: el discurso se publica y obtiene ciertos reconocimientos de otros usuarios, con posibles intercambios con el productor. Se crea una comunicación horizontal y un colectivo.
2. Segunda fase: intra-sistémica, cuando otro usuario con poder de influencia en la red retoma el discurso originario.

<sup>15</sup> Las relaciones sistémicas de las fases y subfases pueden cambiar dependiendo del caso estudiado.

3. Tercera fase: inter-sistémica, cuando se publican notas en los medios de comunicación masiva, lo cual potencia las direcciones de comunicación tanto intra, como inter-sistémicas.
4. Cuarta fase: se generan procesos comunicacionales descendentes.

Esquematar el proceso ayuda a vislumbrar las direcciones de comunicación, así como el estatuto de los enunciadores que intervienen y de los reconocimientos por parte de los usuarios receptores.

## **2.6 Qué entender con la ecología de medios y la teoría de la mediatización / Conclusiones de capítulo**

Carlón (2015) hace una reflexión en su artículo *La concepción evolutiva en el desarrollo de la ecología de los medios y en la teoría de mediatización*, sobre la pertinencia de la evolución en ambas perspectivas sobre los sobre medios masivos.

En la perspectiva de la ecología de los medios, Scolari a partir del uso de metáforas entiende a los medios como especies y como ambientes, idea que remonta McLuhan al pensar que los medios generan ambientes y cómo estos afectan a los individuos que hacen uso de estos.

Por su lado, en la teoría de las mediatizaciones los diferentes ambientes que se construyen se analizan y entienden a partir de la noción de “sistema”, es decir que con esta teoría se pretenden entender las relaciones de los sistemas: medios masivos y nuevos medios.

Carlón llega a la conclusión de que ambas teorías, si bien tienen sus diferencias entre conceptos y definiciones, al final tiene una metodología parecida que se enfoca en entender cómo los medios evolucionan. La ecología de medios desde la metáfora de las especies y la teoría de la mediatización desde la noción de sistema. Si ambas teorías tienen algo en común es que piensan en un fin o crisis de los medios masivos y en la emergencia de un nuevo sistema de mediatización.

Ahora bien, los modelos de análisis que propone Scolari sobre la interfaz y el que propone Carlón sobre las mediatizaciones de los nuevos medios se aplicarán al análisis de caso sobre el fenómeno mediático en Twitter de #IngridEscamilla para entender a partir de una perspectiva más integral las nuevas formas de interacción entre los usuarios en un medio digital. En este sentido, el análisis de la interfaz ayuda a comprender cómo funciona el espacio de interacción de Twitter, cómo su diseño y estructura organiza y configura la acción de los usuarios; y el modelo de Carlón ayuda a comprender la interacción de los usuarios en torno al tema específico del caso de Ingrid Escamilla, lo cual da pie a entender cómo los signos intercambiados por los usuarios son interpretados por otros usuarios.

## Capítulo 3. Análisis de caso: la tendencia del hashtag

### #IngridEscamilla

*Desarrollo del análisis a partir de las metodologías de Carlos Scolari para entender la estructura de la interfaz de Twitter y con Mario Carlón donde se analizará el proceso de circulación de la información en Twitter del caso de estudio.*

#### 3.1 Análisis de la estructura de la interfaz

El siguiente cuadro pretende describir a los actores tecnológicos de la interfaz de Twitter en la versión web. Los actores<sup>16</sup>, en este caso, se comprenden de los botones y sus funciones específicas, que proporciona la plataforma para que el usuario interactúe con otros usuarios, para que busque información o simplemente publique. Por otro lado, se analizarán las relaciones de correspondencia que existen entre los actores, es decir, cómo se relacionan los actores en el funcionamiento de la interfaz; por último, se analizan los procesos que las relaciones de correspondencia generan en la interfaz.

El resultado del análisis a partir de la metodología de Scolari, proporcionará un punto de partida del entendimiento del diseño de la plataforma y los procesos de significación y comunicación que ahí se desarrollan. El objetivo es tener un mapeo de los actores, las relaciones y los procesos que se generan en la plataforma de Twitter.

<b>Actores (tecnológicos, entidades no humanas)</b>	<i>Componentes de la plataforma y sus funciones específicas<sup>17</sup>:</i> <ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Nombre de usuario:</b> el nombre de usuario es lo que identifica al usuario en la plataforma y va directamente precedido por el símbolo @.</li></ul>
---	---

---

<sup>16</sup> Al referirnos como “actores” artefactos humanos y no humanos, se toma como referencia la Teoría del Actor Red (TAR) propuesta por Bruno Latour: “el autor propone una sociología de las asociaciones, en donde dichos elementos son constituidos de forma relacional en una red de entidades heterogéneas. La acción, que es definida como un conglomerado de agencias que incluye actantes humanos y no humanos” (Pozas, 2015). En este sentido se considera al “actor” como cualquier tipo de actante a quien es atribuida una acción dentro de una red.

<sup>17</sup> Funciones de Twitter identificadas en septiembre del 2021. No se toma en cuenta la interfaz actual de Twitter, ya que como he mencionado, la interfaz evoluciono para adaptarse a los factores que la impactan en su presente.

	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Signo @:</b> se usa para mencionar e identificar nombres de usuarios.</li><li>● <b>Perfil:</b> muestra la información que el usuario desea compartir públicamente, así como todos los tweets publicados, las respuestas que publica a otros usuarios, el contenido multimedia del perfil y los “Me gusta” que ha dado.</li><li>● <b>Foto de perfil:</b> es la imagen personal (avatar) asociada a la cuenta. También es la foto que aparece al lado de cada uno de los tweets publicados.</li><li>● <b>Foto del encabezado:</b> es la imagen personal que se elige subir y que aparece en la parte superior del perfil.</li><li>● <b>Biografía:</b> descripción personal breve (de hasta 160 caracteres) que aparece en el perfil.</li><li>● <b>Pantalla:</b> administración de fondo, color y tamaño de la fuente para personalizar la visualización de la plataforma y el perfil del usuario.</li><li>● <b>Seguidor:</b> un seguidor es otra cuenta de Twitter que sigue a un usuario para recibir sus tweets en su cronología de inicio.</li><li>● <b>Seguidores:</b> número que indica cuántas personas siguen a un usuario. Las cifras aparecen en el perfil.</li><li>● <b>Siguiendo:</b> número que indica a cuántas personas sigue un usuario. Las cifras aparecen en el perfil.</li></ul>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Seguir:</b> la suscripción a una cuenta de Twitter se denomina "seguir" para ver publicaciones de otro usuario en el inicio.</li><li>● <b>Dejar de seguir:</b> para no seguir más a un usuario y dejar de ver sus tweets en el inicio.</li><li>● <b>Tweet:</b> "¿Qué está pasando?" es la pregunta sugerida para empezar a escribir un tweet. Además de los 280 caracteres permitidos, se pueden incluir en el cuerpo del texto, imágenes, GIFs, encuestas, emojis y una ubicación. En el mismo espacio, se pueden agregar otros tweets para construir un hilo<sup>18</sup>. Se puede programar la hora y el día en el que se desee publicar el tweet.</li><li>● <b>Tweets fijados:</b> se puede fijar un tweet en la parte superior de la página del perfil para mantenerlo arriba de los tweets ordenados cronológicamente.</li><li>● <b>Tweets Destacados:</b> los tweets más populares o resonantes de Twitter en un momento específico y se determinan mediante un algoritmo de Twitter.</li><li>● <b>Tweets Promocionados:</b> los Tweets Promocionados son pagados por anunciantes. Se muestran en la cronología de inicio, en la parte superior de los resultados de búsqueda en Twitter y en otros lugares de la plataforma, y están marcados como "Promocionados".</li></ul>
--	---

---

<sup>18</sup> Un hilo es una serie de tweets conectados de una misma persona. Los hilos permiten conectar varios tweets entre sí para expandir lo que se quiere expresar más allá de los 280 caracteres, para hacer actualizaciones de lo antes dicho o para ampliar una opinión.

	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Retwittear:</b> la acción de compartir el tweet de otra cuenta con todos tus seguidores.</li><li>● <b>Retwittear con comentario:</b> la opción de agregar comentarios propios, fotos o un GIF antes de retwittear.</li><li>● <b>Comentario:</b> es un tweet publicado en respuesta al tweet de otro usuario.</li><li>● <b>Botón Me gusta:</b> marcar un tweet como “Me gusta”.</li><li>● <b>Cronología (Inicio):</b> es el vínculo que redirige automáticamente a la plataforma en su visualización general en donde se pueden ver los tweets publicados por los seguidores, así como las interacciones que han tenido los mismos. Twitter nombra “cronología” al inicio, pues es una secuencia de tweets en tiempo real.</li><li>● <b>#Explorar:</b> este enlace redirige al usuario a las tendencias del momento. Pueden ser internacionales, nacionales o patrocinadas. Además, se encuentran distintos vínculos que facilitan al usuario la búsqueda de información específica: “Para ti”, “Tendencias”, “Noticias”, “Deportes”, “Entretenimiento”, “COVID-19”.</li><li>● <b>Notificaciones:</b> son avisos que hace la plataforma sobre la actividad que han tenido otros usuarios con el usuario propietario de la cuenta (respuestas, Me gusta, retweets); informa sobre nuevos tweets o actividad de los seguidores y sobre nuevos seguidores.</li></ul>
--	---

	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Mensajes:</b> los Mensajes Directos (o MD) son mensajes privados que se envían desde una cuenta de Twitter a otras cuentas, pueden ser personales o grupales.</li><li>● <b>Guardados:</b> cumple la función de mantener tweets seleccionados por el usuario en la sección Guardados.</li><li>● <b>Listas:</b> grupo de cuentas de Twitter seleccionadas. Se pueden crear propias Listas o seguir Listas creadas por otros usuarios.</li><li>● <b>Temas:</b> función de seguir temas para recibir en el Inicio contenido relacionados con los temas seguidos. O bien se pueden seleccionar temas para no recibir información sobre estos.</li><li>● <b>Momentos:</b> son una selección de historias diseñadas por los usuarios para contar historias que necesitan más espacio que los caracteres de un tweet. Se seleccionan contenidos y se crean los Momentos en torno a un tema, una conversación o un evento que sea relevante.</li><li>● <b>“Qué está pasando”:</b> espacio en la pantalla en donde se notifica al usuario las tendencias en tiempo real.</li><li>● <b>“A quién seguir”:</b> espacio en la pantalla en donde se recomienda al usuario una lista automatizada de cuentas de otros usuarios a quienes seguir. Se basa en los tipos de cuentas que ya se siguen y en las personas que siguen esas cuentas.</li></ul>
--	---

	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Twitter Adds:</b> redirige a la plataforma de Twitter para hacer publicidad, permite a empresas y profesionales particulares promocionar sus cuentas y sus contenidos, en función de diversos objetivos.</li><li>● <b>Twitter Analytics:</b> herramienta de estadísticas que permite obtener más información sobre los Tweets publicados por el usuario propietario de la cuenta y su repercusión en la audiencia.</li><li>● <b>Configuración y privacidad:</b> permite al usuario modificar la configuración y privacidad de su cuenta.</li><li>● <b>Centro de Ayuda:</b> los usuarios pueden buscar y leer acerca de dudas o preocupaciones, así como preguntas y reportes de problemas relacionados con la plataforma.</li><li>● <b>Alertas de Twitter:</b> permiten que los organismos de seguridad pública mantengan informado al público durante emergencias por medio de notificaciones y un diseño distintivo.</li><li>● <b>Bloquear:</b> función que hace que se pueda bloquear a una cuenta, para que no siga y no pueda ver contenido del perfil quién bloquea.</li><li>● <b>Cuenta verificada:</b> una cuenta de Twitter verificada recibe un ícono de marca de verificación azul que indica que el creador de esos tweets es una fuente legítima. Las cuentas verificadas pueden ser figuras públicas o personas que</li></ul>
--	--

puedan haber tenido problemas con su identidad en Twitter.

- **Cuentas promocionadas:** cuentas sugeridas según lo promocionan los anunciantes.
- **Geolocalización, geolocalizar:** al agregar una ubicación a un Tweet (lo que se denomina geolocalización o geoetiqueta), se indica a quienes vean el Tweet dónde se encontraba el usuario cuando lo publicó.
- **Hashtag:** un hashtag es cualquier palabra o frase precedida directamente por el símbolo #. Cuando se hace clic en un hashtag, se pueden ver todos los demás Tweets que incluyen esa palabra clave o tema.
- **Hilo:** Es una serie de tweets conectados de una misma persona. Permite conectar varios tweets entre sí para proporcionar más contexto, una actualización o para ampliar una opinión.
- **Mención:** se puede mencionar a otras cuentas en un tweet si se incluye el signo @ seguido directamente por el nombre de usuario. También se refiere a los tweets en los que se incluyó el @nombredeusuario.
- **Silenciar:** se pueden silenciar cuentas, palabras, frases, nombres de usuario y hashtags de las notificaciones; y silenciar las notificaciones de Mensajes Directos.

## Visualización de la plataforma web (2020):

Twitter home page navigation sidebar with icons for Inicio, Explorar, Notificaciones, Mensajes, Guardados, Listas, Perfil, and Más opciones. A blue 'Twittear' button is at the bottom.

Twitter 'Inicio' feed showing a tweet from 'REFORMA' (@Reforma) about Wall Street indices. The tweet includes a video thumbnail of a man in a suit looking at a screen with 'NYSE' and 'REFORMA' text. The text of the tweet reads: 'Los principales índices en #WallStreet cayeron más de 1% cada uno luego de que EU detectara su primer caso de la variante #Ómicron del coronavirus en California'.

Twitter 'Qué está pasando' section featuring news cards. The top card is titled 'AMLO dará informe por su tercer año de gobierno en el Zócalo' with a sub-headline 'Tendencias sobre #AMLOFEST, Zócalo'. Below it is a card for '#HazloXTodxs' with the text 'Tú compras, nosotros donamos. Hazlo por todos, hazlo por ti.' and 'Promocionado por Sico México'. Other cards mention 'Galilea Montijo' and 'La Youtuber 'YosStop' sale de prisión'.

Twitter profile page navigation sidebar with icons for Inicio, Explorar, Notificaciones, Mensajes, Guardados, Listas, Perfil, and Más opciones. A blue 'Twittear' button is at the bottom.

Twitter profile page for user 'AA' (@alearroyoro). The profile picture shows a woman. The bio says 'Se unió en mayo de 2011' and '551 Siguiendo 96 Seguidores'. A tweet is visible with a retweet from 'Zeltzin @CelConZeta' dated 7 oct. The tweet text is: 'Ayúdanos a cubrir los gastos de la hospitalización de @27Xochitl. 😊'.

Twitter 'Tal vez te guste' section showing a grid of suggested users. Each user has a profile picture, name, handle, and a 'Seguir' button. The users listed are Luis Mario Harryson P..., Jesús Levi, and Anndy González.

<p><b>Relaciones de los actores</b></p> <p><b>(análisis sincrónico)</b></p>	<p><i>Relación – función de los actores (conexión, correspondencia):</i></p> <p><b>Relación unidireccional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de usuario – <i>Perfil</i></li> <li>- Foto de perfil – <i>Perfil</i></li> </ul>
---	---

- Foto de encabezado - *Perfil*
- Biografía – *Perfil*
- Pantalla – *Perfil*
- Seguidores – *Perfil*
- Siguiendo – *Perfil*
- Tweets – *Twitter Analytics*
- Geolocalización - *Tweet*

**Relación bidireccional:**

- Seguir – *Dejar de seguir*
- Mensajes - *Seguidores y seguidos*

**Relación multidireccional:**

- Tweets – *Perfil – Cronología - Me gusta – Retweet - Retweet con comentario – Comentario – Hilo – Mención - Seguidores*
- Tweets fijados – *Perfil – Cronología - Me gusta – Retweet - Retweet con comentario – Comentario – Hilo – Mención - Seguidores*
- Tweets destacados – *Cronología - Me gusta – Retweet - Retweet con comentario – Comentario – Hilo – Mención - Seguidores*

- Tweets promocionados – *Cronología - Me gusta – Retweet - Retweet con comentario – Comentario – Hilo – Mención - Seguidores*
- Twitter Adds- *Tweets promocionados – Cronología - Me gusta – Retweet - Retweet con comentario – Comentario – Hilo – Mención - Seguidores*
- Momentos – *Perfil – Cronología - Me gusta – Retweet - Retweet con comentario – Comentario – Hilo – Mención - Seguidores*
- Hashtag - *Tweets – Hilo - Retweet - Retweet con comentario – Comentario - Seguidores*
- Hilo - *Tweets –Retweet - Retweet con comentario – Mención - Comentario – Me gusta – Seguidores*
- Mención - *Tweets –Retweet - Retweet con comentario – Comentario – Seguidores*

**Relación de inclusión**

- Temas – *Cronología*
- Listas - *Cronología*

**Relación de exclusión:**

- Dejar de seguir – *Seguidos*
- Silenciar – *Seguidos, Hashtags, Notificaciones, Mensajes Directos.*

- Bloquear – *Seguidores*.

**Relación de dominación:**

- Cronología – *Nombre de usuario, Signo @, Foto de perfil, Siguiendo, Tweet, Tweet destacado, Tweet promocionado, Me gusta, Retweet, Retweet con comentario, Comentario, “Qué está pasando”, “A quién seguir”, Hilo, Hashtag, Mención, #Explorar*

**Relación de competencia:**

- Me gusta – *Seguidos, Seguidores*
- Comentarios - *Seguidos, Seguidores*
- Seguidores – *Seguidos*

**Relación de influencia:**

- Retweet – *Tweet, Cronología*
- Retweet con comentario – *Tweet, Cronología*
- *#Explorar - Cronología - Me gusta – Retweet -Retweet con comentario – Comentario – Hilo – Mención*
- Cuenta promocionada – *Cronología*

**Interacción del usuario con la plataforma, no con otros usuarios:**

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Notificación: <i>actividad de otros usuarios en su propio perfil o en interacción con otros usuarios.</i></li> <li>- Guardados: <i>tweets que son elegidos por el usuario para guardar en una sección especial.</i></li> <li>- Configuración y privacidad: <i>usuario de la cuenta</i></li> <li>- <i>Centro de ayuda: usuario de la cuenta</i></li> <li>- Cuenta verificada: <i>diferenciación de otras cuentas, marca de legitimidad.</i></li> </ul>
--	--

<p><b>Procesos</b> <b>(análisis diacrónico)</b></p>	<p><i>Análisis de las secuencias de operaciones, resultados de las relaciones: acciones.</i></p> <p><b>Procesos de significación:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Intercambios entre actor humano (usuario) y actor tecnológico (plataforma): el intercambio interpretativo ocurre entre el usuario y la plataforma, en el momento en que el usuario aprende la función de los elementos gráficos de la interfaz, es decir, cuando sabe a dónde dirigirse para editar su perfil, para twittear algo, buscar información, seguir a otros usuarios, etcétera. La relación de operaciones se da sólo entre el usuario y la plataforma, implica un awareness<sup>19</sup>, si no completo, si suficiente del</li> </ol>
---	---

---

<sup>19</sup> El concepto de awareness, que se define como la percepción y el conocimiento del grupo y sus actividades, constituye uno de los principales aspectos de los sistemas colaborativos. Los desarrolladores de software requieren lenguajes y herramientas de modelado que permitan expresar awareness en este tipo de sistemas. Fuente:

<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/57250#:~:text=El%20concepto%20de%20awareness%2C%20que,en%20este%20tipo%20de%20sistemas> (Consultado 20 enero 2022).

diseño y de las funciones de la red socio digital para que se pueda hacer uso de esta.

2. Intercambio entre actores humanos (usuarios): en este tipo de intercambio ya existe la interacción con otros usuarios por medio de la red socio digital, y por lo tanto hay procesos de construcción de sentido e interpretación. El intercambio de signos es recíproco e intersubjetivo entre los sujetos usuarios de la red, ya que los usuarios en conjunto se apropian de los significados producidos en determinadas temporalidades. Los sentidos se transforman durante la situación comunicativa en el intercambio sígnico establecido por los usuarios entre sí.

**Procesos de producción, circulación y consumo:**

Siguiendo las ideas de Verón, las relaciones de los discursos con sus condiciones de producción y sus condiciones de reconocimiento deben poder representarse en forma sistemática: producción, circulación y consumo.

En el proceso de circulación de sentido en la interfaz de Twitter, se leen marcas significantes de producción en la materia significativa presente en la red: palabras, imágenes, videos, que son reconocidas por otros usuarios. El proceso de circulación de la información en la interfaz es entonces, un proceso de semiosis que forma una red de relaciones de producción y reconocimiento generadas por y entre los usuarios.

**Procesos de convergencia / divergencia:**

1. Cuando dos actores o interfaces confluyen para crear una nueva interfaz: el fenómeno de convergencia que ocurre en la interfaz de Twitter es la confluencia de dos interfaces de naturaleza social. Por un lado, acontecimientos de la vida diaria, noticias, vida privada de los usuarios, es decir, situaciones empíricas; y por el otro la noción de foros de opinión, asambleas, debates, reuniones. Ambas interfaces convergen en una idea de espacio público virtual, que es la plataforma de la interfaz de Twitter, pues se crea esta interfaz en la que los usuarios comparten información de relevancia social o personal, pero también interactúan con la información compartida con otros usuarios, generando así opiniones en torno a los temas planteados por ellos mismos.
2. Cuando una interfaz da lugar a nuevas interfaces a través de un proceso de separación: en una misma interfaz se pueden crear dos interfaces distintas, en el caso de Twitter se han creado dos tipos de usuarios, los “influyentes” que tienen un gran número de seguidores y que por lo tanto sus interacciones tienen mayor impacto en la red; y los comunes, que tiene más usuarios seguidos que seguidores, y que su nivel de influencia es bajo.

**Proceso de co-evolución:**

La evolución de una interfaz se efectúa por las relaciones dialécticas que hay entre los actores. En Twitter, la interfaz ha evolucionado a lo largo de su existencia, se ha modificado según las nuevas interacciones que van creando o necesitando los usuarios. Por ejemplo, el diseño específico para smartphones que requiere otros *awareness* para que el usuario lo maneje en una pantalla

	<p>más pequeña; se ha reducido el tamaño de la información de los seguidores y las cuentas seguidas en el perfil, ya que Twitter quiere restar importancia a estos datos; Modo nocturno en el que el fondo es azul oscuro para evitar el cansancio de los ojos en lugares con poca luz.</p> <p>Twitter ha evolucionado todo el diseño de su interfaz en muchas ocasiones, al buscar que se adapte mejor a la usabilidad que le dan los usuarios a la plataforma; es decir, se va adaptando a los nuevos usos que los usuarios van generando y demandando, así como a nuevas condiciones político-sociales.</p>
--	--

Para el análisis de caso con la metodología de Carlón que se desarrollará en el siguiente apartado, se pretende entender y detectar los actores y funciones más relevantes de la plataforma para la circulación de la información en Twitter. El objetivo final de la aplicación de ambas metodologías es entender integralmente qué elementos y procesos (de la plataforma y contextuales) influyen y son necesarios para que un tema se configure como tendencia.

### **3.2 Análisis del proceso de circulación de la información en Twitter**

- a) Descripción de la línea temporal del suceso analizado para identificar el estatus del enunciador y la dirección comunicacional.

Como ya se mencionó antes, el suceso analizado será la tendencia formada alrededor del caso del feminicidio de Ingrid Escamilla, que sucedió el 9 de febrero del 2020. El caso destacó por la circulación de las fotos del feminicidio de la víctima en redes sociales digitales. No se sabe con certeza cuál fue la fuente de la filtración de las mismas, ni sobre el usuario origen que las hizo públicas en internet, según medios de comunicación (El Universal, 2021), se tiene bajo investigación a policías y peritos, por filtrar las fotos y videos que muestran el cuerpo de Ingrid Escamilla, sin embargo, fue

el periodista Juan Carlos Jiménez quien a través de sus redes sociales digitales publicó un video donde el asesino relata los motivos y la forma como le quitó la vida a Ingrid.

Después de la circulación de las fotos en redes sociales digitales, los medios impresos de nota roja, amarillistas, trataron el caso de manera despectiva e insensible, el diario *Pásala* tituló en su portada del lunes "La culpa la tuvo Cupido" por la cercanía de la fecha, y colocó una foto explícita del cuerpo de la víctima. El diario *La Prensa* tituló "Descarnada", con tres fotos en toda la portada: del detenido, del cuerpo y del edificio donde vivían.

Posteriormente, en redes sociales digitales creció la tendencia sobre el tema del feminicidio de Ingrid Escamilla; la información y las opiniones que circulaban hacían referencia a detalles del caso, impresiones sobre el acontecimiento, pero, sobre todo, indignación por la circulación de las fotos del feminicidio tanto en periódicos impresos como en redes sociales digitales.

El 9 de febrero la usuaria @citcitcit\_ llamó a la comunidad de Twitter a evitar las fotos del feminicidio al compartir fotos de "cosas bonitas" para que el nombre de Ingrid no se asocie con su muerte violenta. Para el 11 y 12 de febrero el hashtag #IngridEscamilla fue tendencia entre los primeros lugares en Twitter, y se vinculó con información del caso, opiniones sobre el mismo, fotos y dibujos del rostro de Ingrid. El día 12 de febrero el tweet de @citcitcit\_ se hizo viral, lo que provocó que la tendencia de #IngridEscamilla se vinculara principalmente con el nombre de la víctima e imágenes más que nada de paisajes e ilustraciones.

Los días 12 y 13 de febrero, distintos medios de la prensa como El País, CNN, Excélsior, Sin Embargo, El Financiero, entre otros, hicieron noticia la tendencia que se creó en Twitter sobre el reivindicamiento<sup>20</sup> del nombre de la víctima.

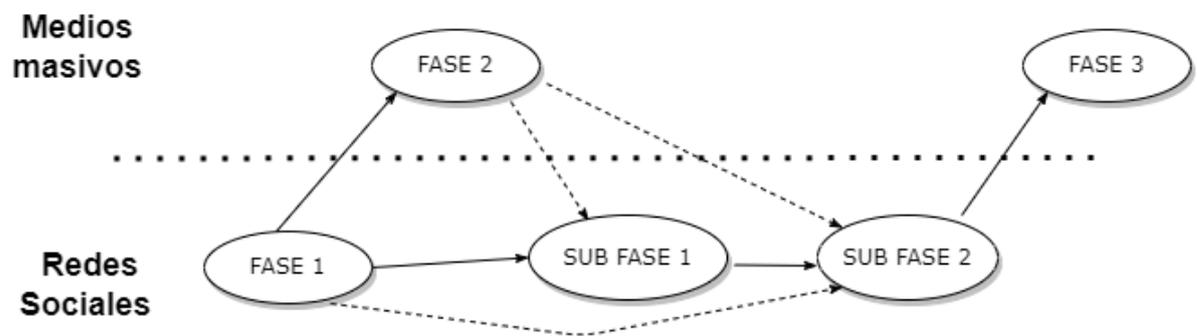
---

<sup>20</sup> Según la RAE, reivindicamiento se refiere a "Argumentar en favor de algo o de alguien".  
<https://dle.rae.es/reivindicar>

9 febrero 2020	11 -12 febrero 2020	12 -13 febrero 2020
Feminicidio	Tendencia del caso en Redes Sociales	Tweet de @citcitcitit_ se hace viral.
Filtración de fotos	Circulación de notas fotos videos	Publicación de notas sobre la tendencia del reivindicamiento de la víctima.
Tema en tendencia en Redes Sociales		
Publicación de tweet de @citcitcitit_		

b) A continuación, se muestra la visualización del mapa general que diagrama de principio a fin de la interacción que se analizará, esto con el fin de tener una comprensión más integral de cómo fue el proceso de circulación de la información tanto en los medios masivos como en las redes sociales digitales.

Se presentan las distintas fases y sub fases que destacan de la circulación de la información respecto al caso de Ingrid Escamilla; más adelante se ahondará en cada una de las fases (ver diagramas en anexos).



Esquema elaborado por la autora basado en el modelo de Mario Carlón (2016).

- Fase 1: Corresponde a la filtración de las fotos en redes sociales digitales del cuerpo de la víctima.
- Fase 2: La información se transmuta a la nota informativa a la prensa impresa.
- Sub fase 1: La información que circula en redes sociales digitales corresponde a la filtración de las fotografías, al acto del feminicidio y a la publicación de las fotos en los diarios periodísticos. Es una sub fase que deviene de la fase 1 ya que se interactúa en mayor medida con la información de la fase 1.
- Sub fase 2: Tweet de usuaria de Twitter del que parte el cambio de sentido de la circulación de las fotos. Más usuarios de la red reconfiguran la circulación de la información previa.
- Fase 3: La resignificación del sentido del nombre de Ingrid Escamilla en Twitter, se hace nota informativa en los medios de comunicación masiva.

Las líneas punteadas representan una relación entre fases de manera indirecta, ya que en el modelo de Carlón se esquematizan solo las relaciones entre fases y subfases directas, sin embargo, en esta investigación se busca también representar la influencia que pueden tener situaciones y discursos desarrollados en otras fases.

Cabe mencionar que el análisis de cada fase se analizará de acuerdo con el modelo que propone Carlón, sin embargo, el proceso total de circulación de la información es demasiado amplio para analizarlo en esta investigación. Además, no todas las fases fueron mapeadas con la plataforma Gephi<sup>21</sup> (porque algunos procesos fueron

---

<sup>21</sup> Gephi, es una plataforma que permite la visualización interactiva, que puede explorar todo tipo de redes, sistemas complejos y *graphos*. Con este software se pueden obtener los datos de distintos tipos de redes sociales, aquí lo que interesa es Twitter.

Esta herramienta permite mostrar las relaciones que se establecen como interacción social, pero en un ámbito virtual. El modo en el que trabaja es: a partir del mapeo de un nombre de usuario, palabras claves o *hashtags*, se pueden mapear con base a los datos de toda la red de Twitter o por usuarios. Para el caso del análisis se buscó el hashtag #IngridEscamilla, pues era la tercera tendencia en México el 11 y 12 de febrero y se mapeó con filtro por usuarios, que permite obtener los nodos y ver la conexión (relaciones) por aristas, además se aplicó un filtro de grado de interacción para visualizar a los nodos que tuvieron mayor presencia en la red.

externos a Twitter o porque no se habían contemplado para los fines de la investigación)<sup>22</sup>.

En la sub fase 2, se profundizará el análisis del mapeo realizado con Gephi, es donde se pretende entender cómo ocurrió el cambio de sentido de la información que circuló en la interfaz.

- a) Fase 1: donde (D) es el discurso originario, y P (D) son sus condiciones de producción. La línea punteada es el espacio de la red social en el que (D) se publica. La línea vertical es el proceso de circulación que se da entre (D) y los discursos y prácticas de reconocimiento de otros usuarios: R (D<sup>1</sup>), R (D<sup>2</sup>), R (D<sup>3</sup>), R (D<sup>4</sup>). El objetivo es observar las primeras interacciones que se establecen en una dirección horizontal.

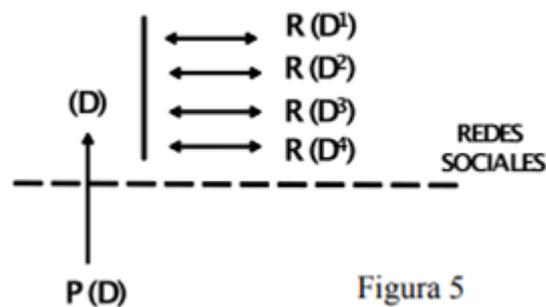


Figura 5

Esquema tomado de Mario Carlón (2016, p. 128).

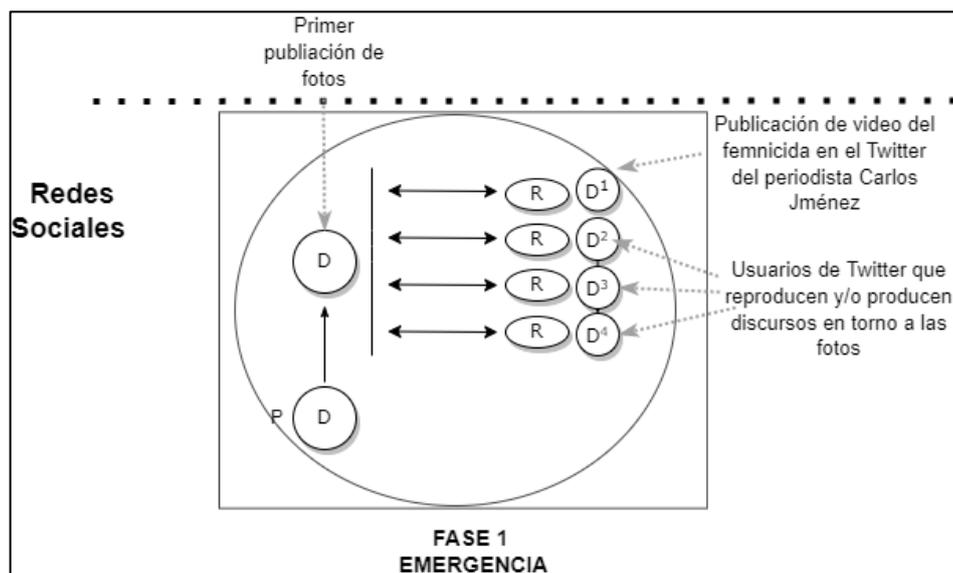
En el caso de la circulación de la información del feminicidio de Ingrid Escamilla, las condiciones de producción del discurso originario resultan indeterminadas, ya que, según la información disponible en notas informativas, las fotografías fueron filtradas por elementos de la policía, sin embargo, no se tiene más información al respecto (en que red social se publicó primero y qué perfil de usuario o página fue el primero en publicarlo).

---

<sup>22</sup> El mapeo de las interacciones con Gephi deben ser inmediatas, en el momento que están ocurriendo, por lo tanto, no fue posible mapear todas las fases de interacción que ocurrieron en Twitter respecto a la tendencia #IngridEscamilla.

Por ello, el inicio del proceso de circulación de la información se considera la primera publicación de las fotos, seguida del video del testimonio del feminicida que publica el periodista Carlos Jiménez en su Twitter; los usuarios de las redes sociales digitales reproducen y circulan las fotografías de la víctima.

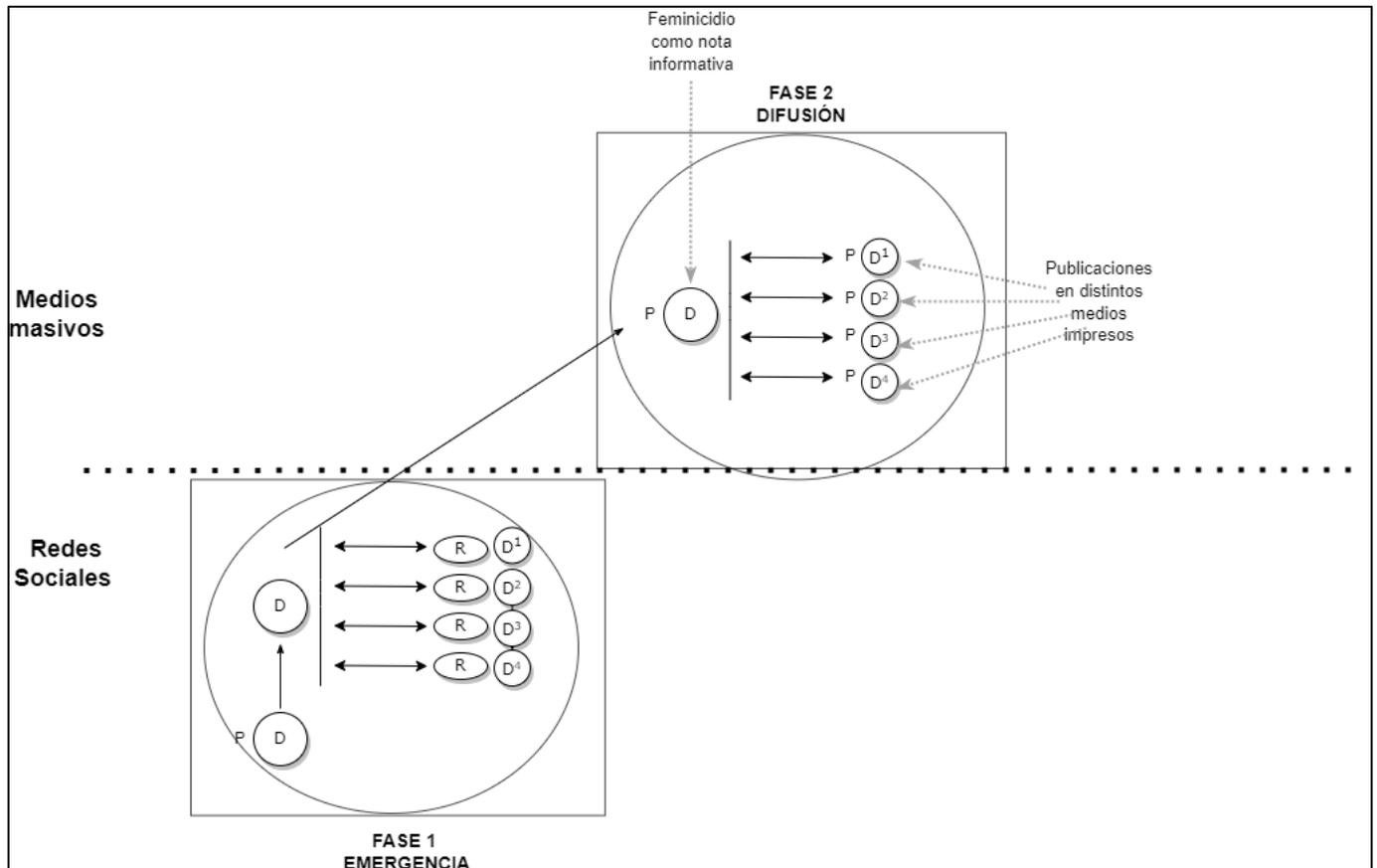
Esta interacción no está mapeada, y, por lo tanto, esta primera fase del proceso de circulación es meramente inferencial, por lo que la respuesta y los discursos de los usuarios no forman una red de circulación. El objetivo de diagramar esta fase es tener un punto de partida del origen de la circulación de información respecto al feminicidio.



Esquema elaborado por la autora basado en el modelo de Mario Carlón (2016).

- b) Fase 2: la red de interacción crece. Ocurre una intervención *intra-sistémica*, cuando un usuario con gran influencia reproduce el discurso originario, lo que provoca que la red de interacción crezca. Para Carlón (2016) en ese momento, la enunciación ya no es individual, se vuelve social y supraindividual.

En el caso analizado, se producen nuevos discursos en respuesta y reconocimiento del discurso originario. Distintos medios impresos de comunicación reproducen en notas informativas la información que circulaba en redes sociales digitales (fotos y datos descriptivos e informativos del feminicidio). Cada medio reproduce un discurso distinto de acuerdo con cada editorial (Pásala, Metro, La Prensa).

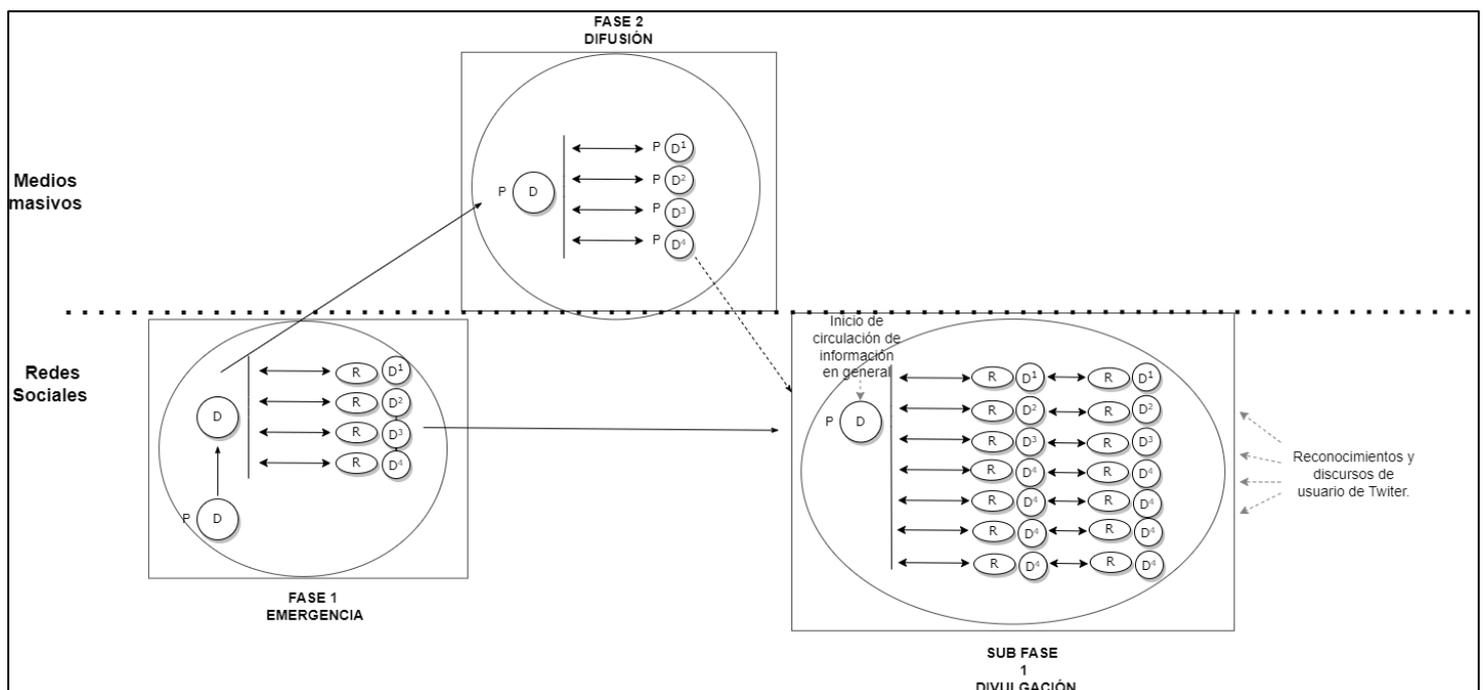


Esquema elaborado por la autora basado en el modelo de Mario Carlón (2016).

- c) Sub fase 1: Ocurre una intervención *inter-sistémica* de la fase 1, ya que los reconocimientos de la circulación de las fotografías del feminicidio empiezan a generar nuevos discursos en Twitter, relacionados con opiniones sobre lo ocurrido y/o información sobre el caso (lugares, fechas, personas involucradas). La fase 2 también tiene relación en la intervención de la sub fase

1, en el diagrama se representa con línea punteada, ya que la relación de la información se centra sólo en comentar y/o criticar el hecho de la publicación de la fotografías en prensa impresa y en los tabloides de los periódicos, sin embargo, la mayor parte de la información que circula en la sub fase 1 deviene de lo acontecido en la fase 1 y su relación con la fase 2.

El proceso de circulación en la sub fase 1 es completamente deductivo para fines prácticos de la investigación<sup>23</sup>, la representación de la misma se diagramó sólo en un nivel inferencial sobre las interacciones que pudieron haber ocurrido ya que no se sabe con exactitud cómo se pudieron direccionar los reconocimientos e interacciones de los usuarios.



Esquema elaborado por la autora basado en el modelo de Mario Carlón (2016).

- d) Sub fase 2: en esta sub fase también ocurre una intervención *inter-sistémica* que deviene de la sub fase 1, ya que es a partir de las interacciones de la misma que surge una saturación de información y un cambio de la significación de las interacciones que ocurren en la plataforma en relación al caso de feminicidio de Ingrid Escamilla.

<sup>23</sup> No se mapearon en tiempo real las interacciones correspondientes a la sub fase 1.

Una usuaria de la red es quien publica el tweet del que parte la nueva dirección de las interacciones:

Para fines de la investigación, para entender los motivos, intenciones y de dónde parte la usuaria para publicar un tweet que tuvo el objetivo de redireccionar las publicaciones en torno al tema, se hizo una entrevista con ella (ver transcripción en anexos).

Menciona que los detonantes y antecedentes que le impulsaron a publicar el tweet fueron los siguientes<sup>24</sup>:

Intenciones, detonante:

- Conocimiento del caso de Bianca Devins<sup>25</sup>.
- Aversión al morbo de las fotografías.
- Experiencia personal en la Fiscalía General de la República.
- Empatía “me destrozó el alma, sobre todo pensé en cómo se sentiría mi familia o mis amigas si yo estuviera en su lugar”. “Me gustaría que todas las mujeres víctimas de la violencia machista sean recordadas de forma digna y no de la desafortunada forma que nos tocó conocerla”.



<sup>24</sup> Información deducida a partir de la información declarada y pública.

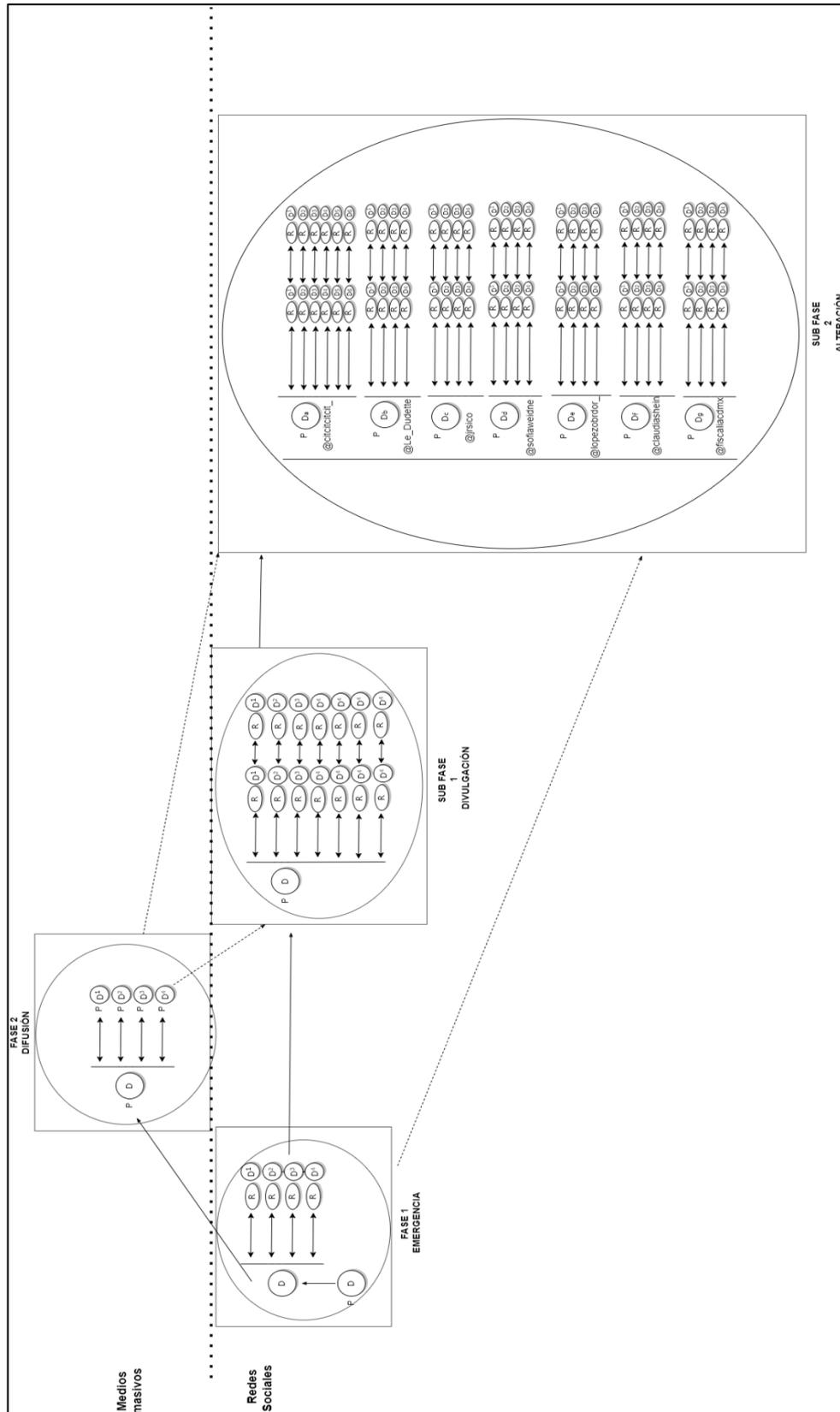
<sup>25</sup> Bianca Devins, una neoyorquina de 17 años, fue asesinada en julio del 2019. El presunto homicida, Brandon Clark, hizo fotos a su cadáver y las subió a las redes sociales, las cuales circularon por mucho tiempo en internet. Muchos usuarios repudiaron la circulación de las fotos. La madrastra de Devins expresó en redes sociales: "Siempre se me van a venir esas fotos a la cabeza, cada vez que piense en ella. Cuando cierre los ojos, esas imágenes me van a perseguir".

Varios usuarios en internet crearon imágenes positivas con los colores pastel que usaba Devins en sus publicaciones. También se creó el hashtag #PinkForBianca, que incluso impulsó a la madre de la adolescente. Fuente: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-49071152> (Consultado 10 octubre 2021)

El análisis de las interacciones en la sub fase 2 se enfocará en la identificación de unidades semánticas en textos y discursos emitidos en la plataforma (interacciones con las funciones de la red: me gusta, retweet, comentar, retweet con comentario) de los usuarios con mayor interacción los días 11 y 12 de febrero del 2020.

Con base en el mapeo de interacciones (mapa 1), se detectaron los 7 nodos que más circulación de información e interacción tuvieron en relación con el tema del feminicidio de Ingrid Escamilla. De cada nivel se realizará un análisis correlacional para entender las razones por las que cada nivel tuvo más saturación de información que otros nodos.





Esquema elaborado por la autora basado en el modelo de Mario Carlón (2016).

El análisis semántico se enfoca en los tópicos que cada tweet o retweet de los y las usuarios publicaron en la red; el análisis sintáctico en la interacción que tuvieron los usuarios a través de las funciones específicas de la plataforma.

<b>Interacciones en relación con nodo @citcitcit_</b>				
<b>Usuario / nodos movilizadores / Productores</b>	<b>Función sintáctica</b>	<b>Contenido semántico</b>	<b>Interacciones / Reconocimientos</b>	<b>Influencia en la circulación</b>
@citcitcit_	Tweet	Amigas, una vez vi un caso de un feminicidio a una chica de EEUU en el que filtraron las imágenes de su cuerpo y sus familiares y amigos compartían fotos de cosas bonitas para que cuando buscaran su nombre no aparecieran las desafortunadas fotos. Así que aquí les va un spam.	10 mil Retweets 1.948 Tweets citados 35,5 mil Me gusta	Discurso y condición de producción de discurso para otras interacciones.
	Comentario	Gracias por dar RT y FAV, pero si subieran aunque sea una foto o le pudieran dar RT a las que hemos subido sería más funcional. Las quiero mucho.	77 Retweets 2 Tweets citados 711 Me gusta	Comentario a primer tweet en el cual se incita a la interacción con el objetivo de circular imágenes.
@malamadre	Tweet con imagen	Estoy llorando por culpa de @citcitcit_	96 Retweets	Usuaría jefa de Análisis de Animal Político

Interacciones en relación con nodo @citcitcitcit_				
Usuario / nodos movilizadores / Productores	Función sintáctica	Contenido semántico	Interacciones / Reconocimientos	Influencia en la circulación
		y su hermosísima idea #IngridEscamilla	4  Tweets citados  411  Me gusta	etiqueta en sus tweets a usuaria principal, junto con imágenes de jardines y el nombre de la víctima.
	Tweet con imagen	Ingrid Escamilla #IngridEscamilla  (Gracias, @citcitcitcit_ por la idea)	15 Retweets  83 Me gusta	
@DescansenPe z	Comentario con imagen	Ingrid Escamilla #IngridEscamilla	135 Retweets  2 Tweets citados  303 Me gusta	Usuaria escritora en La Juguera Magazine comenta repetidas veces directamente a @citcitcitcit_ junto con ilustraciones animadas y el nombre de la
	Comentario con imagen	Ingrid Escamilla #IngridEscamilla	184 Retweets  1 Citar Tweet	

Interacciones en relación con nodo @citcitcitcit_				
Usuario / nodos movilizadores / Productores	Función sintáctica	Contenido semántico	Interacciones / Reconocimientos	Influencia en la circulación
			525 Me gusta	víctima.
	Comentario con imagen	Ingrid Escamilla #IngridEscamilla	154 Retweets  2 Tweets citados  618 Me gusta	
	Comentario con imagen	Ingrid Escamilla #IngridEscamilla	147 Retweets  306 Me gusta	
	Comentario con imagen	Ingrid Escamilla #IngridEscamilla	239 Retweets  661 Me gusta	
@sof_casillas	Comentario con imagen	Ingrid Escamilla.	675 Retweets  7 Tweets citados	Usaria que se describe como feminista interseccional

Interacciones en relación con nodo @citcitcitcit_				
Usuario / nodos movilizadores / Productores	Función sintáctica	Contenido semántico	Interacciones / Reconocimientos	Influencia en la circulación
			1.746 Me gusta	comenta repetidas veces directamente a @citcitcitcit_
	Comentario con imagen	Ingrid Escamilla.	647 Retweets  5 Tweets citados  1.338 Me gusta	junto con fotos del cielo y el nombre de la víctima.
@NiUnaMenos MX_	Comentario con imagen	¡Excelente iniciativa!  Ingrid Escamilla	126 Retweets  2 Tweets citados  518 Me gusta	Cuenta de ayuda para difundir información sobre desapariciones o violencia contra la mujer, comenta directamente a @citcitcitcit_ junto una ilustración y el nombre de la víctima, haciendo alusión a la iniciativa.

Interacciones en relación con nodo @citcitcitcit_				
Usuario / nodos movilizadores / Productores	Función sintáctica	Contenido semántico	Interacciones / Reconocimientos	Influencia en la circulación
@ReinaCalzones	Comentario con imagen	Ingrid Escamilla	457 Retweets 2 Tweets citados 822 Me gusta	Usuaría escritora e ilustradora feminista comenta directamente a @citcitcitcit_ junto una fotografía y el nombre de la víctima.
@phanie_sst	Comentario con imagen	Familiares y amigos les pedimos apoyo para que cuando se busque el nombre de Ingrid ya no aparezcan las desafortunadas fotos. Subamos cosas bonitas. Les propongo subir cualquier foto que les guste y ponerle en su descripción: Ingrid Escamilla <a href="#">#IngridEscamilla</a> o <a href="#">#justiciaparaingrid</a>	255 Retweets 2 Tweets citados 464 Me gusta	Usuaría de la red, comenta directamente a @citcitcitcit_ junto una ilustración y el nombre de la víctima.

<b>Interacciones en relación con nodo @citcitcitcit_</b>				
<b>Usuario / nodos movilizadores / Productores</b>	<b>Función sintáctica</b>	<b>Contenido semántico</b>	<b>Interacciones / Reconocimientos</b>	<b>Influencia en la circulación</b>

Tabla X...Fuente: elaboración propia.

<b>Otros nodos con grado de interacción alto (11 - 12 de febrero 2020)</b>				
<b>Usuario / Productor</b>	<b>Función sintáctica</b>	<b>Contenido semántico</b>	<b>Interacciones / Reconocimientos</b>	<b>Influencia en la circulación</b>
@La_Dudette	Tweet	En México, si eres mujer y tu pareja te asesina, desolla y tira tus órganos por la coladera; puedes estar segura que la autoridad y medios velarán por el anonimato de tu asesino mientras que las fotos de tu cuerpo mutilado circulan libremente en redes.	6.392 Retweets  242 Tweets citados  20,2 mil Me gusta	Usuaría activista social twittea opiniones sobre el acontecimiento de la circulación de las fotos de Ingrid Escamilla, el consumo de ese contenido y la actitud de las autoridades, así como del periodismo en
	Comentario	No consumas notas de los medios que compartieron imágenes del cuerpo de Ingrid.  Bloquea a esos medios de tu vida, no los valides nunca más con tu	867 Retweets  26 Tweets citados  3.629 Me gusta	

Otros nodos con grado de interacción alto (11 - 12 de febrero 2020)

Usuario / Productor	Función sintáctica	Contenido semántico	Interacciones / Reconocimientos	Influencia en la circulación
		<p>click.</p> <p>Reclámale al editor/dueño, señalalo en redes.</p> <p>Indígnate y recuerda que Ingrid merecía respeta.</p> <p>México merece mejor periodismo.</p>		<p>México.</p> <p>La presencia y circulación de los tweets de la usuaria tuvieron gran impacto en la circulación de la información con relación al tema en tendencia de Ingrid Escamilla y la circulación de sus fotos los días 11-12 de febrero del 2020.</p>
Comentario	<p>"A Loz HomBr3z T4mBi3n N0z M4t@n..."</p> <p>Si imbécil, no niego eso ni dejo de condenarlo. Simplemente creo que este caso es particularmente alarmante y deja ver claramente lo jodido que está la ética en los medios.</p>	<p>86 Retweets</p> <p>2 Tweets citados</p> <p>1.146 Me gusta</p>		
Comentario	<p>"l4 N0+a r0j4 etzist3 d3zde zlemPr3"</p> <p>El que algo exista desde siempre no lo hace menos nefasto. Por ejemplo la existencia de Elba Esther Gordillo pre-data el nacimiento de la gran Tenochtitlán y</p>	<p>61 Retweets</p> <p>962 Me gusta</p>		

Otros nodos con grado de interacción alto (11 - 12 de febrero 2020)

Usuario / Productor	Función sintáctica	Contenido semántico	Interacciones / Reconocimientos	Influencia en la circulación
		eso no la hace menos irritante.		
@sofiaweidner	Tweet con imagen	<p>Hice este retrato porque así es como deberías haber sido recordada y no de la manera en que te revictimizaron.</p> <p>Más de una de nosotras no durmió por pensarte, sin conocerte nos doliste, nosotras seremos tu voz ahora.</p> <p>Descansa en paz, Ingrid. #IngridEscamilla #ingrid</p>	<p>3.301 Retweets</p> <p>145 Tweets citados</p> <p>9.775 Me gusta</p>	<p>Usuaría, artista ilustradora, twittea una ilustración propia junto con texto haciendo alusión a la revictimización que se hizo de Ingrid Escamilla al publicar las fotos de su feminicidio.</p> <p>La presencia y circulación de los tweets de la usuaria tuvieron gran impacto en la circulación de la información con relación al tema en tendencia de Ingrid Escamilla</p>
	Comentario	<p>A ti te desollaron y luego publicaron tu foto, pero... ¿nosotras somos las que estamos locas?</p> <p>Las manos y la vida no me alcanzan para dibujar a cada una, no hay principio ni final, ojalá no fuera ninguna, no queremos que nos falte ninguna más.</p>	<p>47 Retweets</p> <p>3 Tweets citados</p> <p>400 Me gusta</p>	
	Comentario	acá otra foto digna de ella	40 Retweets	

<b>Otros nodos con grado de interacción alto (11 - 12 de febrero 2020)</b>				
<b>Usuario / Productor</b>	<b>Función sintáctica</b>	<b>Contenido semántico</b>	<b>Interacciones / Reconocimientos</b>	<b>Influencia en la circulación</b>
	con imagen		7 Tweets citados 507 Me gusta	y la circulación de sus fotos de los días 11-12 de febrero del 2020, y la iniciativa de la usuaria @citcitcitcit_.
@jrisco	Tweet con imagen	Ingrid Escamilla	337 Retweets 12 Tweets citados 3.014 Me gusta	<p>Usuario periodista de El Financiero Bloomberg, twittea una foto del cielo, junto con el nombre Ingrid Escamilla.</p> <p>La presencia y circulación del tweet del usuario tuvo gran influencia en la circulación de la información con relación al tema</p>

Otros nodos con grado de interacción alto (11 - 12 de febrero 2020)				
Usuario / Productor	Función sintáctica	Contenido semántico	Interacciones / Reconocimientos	Influencia en la circulación
				en tendencia de Ingrid Escamilla y la circulación de sus fotos de los días 11-12 de febrero del 2020, y la iniciativa de la usuaria @citcitcit_.
@lopezobrado r_	Tweet con video	Apoyamos y respetamos a todos los migrantes. Conferencia matutina.	1.557 Retweets 94 Tweets citados 5.424 Me gusta	Usuario, presidente de México tuvo fuerte afluencia de circulación los días 11-12 de febrero de 2020, en relación con un resumen de la conferencia matutina.  No tiene relación directa con el tema en

**Otros nodos con grado de interacción alto (11 - 12 de febrero 2020)**

<b>Usuario / Productor</b>	<b>Función sintáctica</b>	<b>Contenido semántico</b>	<b>Interacciones / Reconocimientos</b>	<b>Influencia en la circulación</b>
				tendencia del feminicidio.
@Claudiasheinn	Tweet	El feminicidio es un crimen absolutamente condenable. Cuando el odio llega a los límites como el de Ingrid Escamilla es indignante. La SSC detuvo al presunto responsable y la Fiscal ha declarado que exigirá la máxima condena.	1.882 Retweets 384 Tweets citados 7.913 Me gusta	La usuaria, jefa de gobierno de la CDMX, twiteó sobre el feminicidio de Ingrid Escamilla, enfatizando en las acciones del gobierno y sus compromisos.
	Comentario	Nuestro compromiso de trabajar todos los días por erradicar la violencia hacia las mujeres. Mi pésame sentido a la familia de Ingrid Escamilla.	248 Retweets 31 Tweets citados 1.473 Me gusta	La presencia y circulación del tweet de la usuaria tuvo gran influencia en la circulación de la información en relación al tema en tendencia del feminicidio de Ingrid Escamilla, los días 11-12 de febrero del

Otros nodos con grado de interacción alto (11 - 12 de febrero 2020)				
Usuario / Productor	Función sintáctica	Contenido semántico	Interacciones / Reconocimientos	Influencia en la circulación
				2020..
@FiscaliaCDM X	Tweet con video	#EnVivo Conferencia de prensa de la Subprocuradora de Atención a Víctimas y Servicios a la Comunidad, Nelly Montealegre Díaz, vocera de la institución en temas de violencia de género	20 Retweets  5 Tweets citados  26 Me gusta	<p>Usuario Fiscalía de la CDMX, twiteó un video sobre la conferencia de prensa de Nelly Montealegre Díaz, vocera de la institución en temas de violencia de género.</p> <p>Si bien su tweet no tuvo gran influencia en la circulación de la información, el mapa de interacción</p>

<b>Otros nodos con grado de interacción alto (11 - 12 de febrero 2020)</b>				
<b>Usuario / Productor</b>	<b>Función sintáctica</b>	<b>Contenido semántico</b>	<b>Interacciones / Reconocimientos</b>	<b>Influencia en la circulación</b>
				visualiza el usuario de la fiscalía no como fuerte emisor de mensajes, sino como mención de la arroba en tweets de distintos usuarios.

Tabla X...Fuente...

La importancia de analizar a los usuarios a partir de su función semiótica es retomar los elementos encontrados con Scolari y cómo influyen en el proceso de circulación, especialmente: Publicar tweet, comentar, retwittear con comentario, me gusta, publicaciones en el inicio, seguidores. A partir de uso y explotación de estas, los usuarios pueden publicar y viralizar su contenido.

Además, a partir de este análisis se puede profundizar en los actores, en las intenciones, y en su posición en la plataforma sobre a los temas de los que suele escribir y opinar respecto al tipo de seguidores que interacciones que tienen. Es decir, entender que otros factores externos que pueden influir en la circulación, además del diseño de la plataforma en sí.

Con base en la teoría de Scolari, el siguiente análisis corresponde al nivel de procesos, donde podemos observar las relaciones significativas que se construyen entre los actores (elementos humanos y funciones digitales de la plataforma), así como las condiciones espacio – temporales del caso analizado y de los sujetos implicados en el mismo.

Función semiótica de usuarios relevantes	
Usuario / Productor	Función semiótica <sup>26</sup>
<p>@citcitcitit_</p>  <p>Amigas, una vez vi un caso de un feminicidio a una chica de EEUU en el que filtraron las imágenes de su cuerpo y sus familiares y amigos compartían fotos de cosas bonitas para que cuando buscaran su nombre no aparecieran las desafortunadas fotos. Así que aquí les va un spam.</p> <p>8:59 p. m. · 11 feb. 2020 · Twitter for Android</p> <p>9.833 Retweets 1.948 Tweets citados 35 mil Me gusta</p> <p><a href="https://twitter.com/citcitcitit_/status/1227426994859712514">https://twitter.com/citcitcitit_/status/1227426994859712514</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Enunciador:</b> Es la usuaria que produce el discurso que funciona como punto de partida para un redireccionamiento de la información que circulaba en la plataforma de Twitter.</li> <li>● <b>Enunciatario:</b> Sus seguidores, y en cadena, usuarios de Twitter.</li> <li>● <b>Lo enunciado:</b> Es importante destacar que el origen del discurso se basa en el apropiamiento del caso de Bianca Devins, si bien las circunstancias eran distintas, el objetivo que era evitar la circulación de fotografías de un feminicidio era el mismo.</li> </ul> <p>La usuaria partió de una intención declarada, que se posicionó como contraria al discurso que estaba circulando en la plataforma hasta el momento: fotos de la víctima e información relacionada al</p>

<sup>26</sup> Para formalizar el análisis, se recurrió a las categorías que propone Benveniste (1966 y 1974) en su *Teoría de la enunciación*:

- **Un enunciador:** Primera persona, quien habla.
- **Un enunciatario:** Segunda persona, a quien se habla.
- **Un referente (lo enunciado):** De lo que se habla.

Así como categorías de C. Sanders Peirce de la tricotomía de los signos:

- **Ícono:** es un signo que se refiere al Objeto al que denota meramente en virtud de caracteres que le son propios, y que posee igualmente exista o no exista tal Objeto
- **Índice:** es un signo que se refiere al Objeto que denota en virtud de ser realmente afectado por aquel Objeto. Tiene, necesariamente, alguna Cualidad en común con el Objeto, y es en relación con ella como se refiere al Objeto.
- **Símbolo:** es un signo que se refiere al Objeto que denota en virtud de una ley, usualmente una asociación de ideas generales que operan de modo tal que son la causa de que el Símbolo se interprete como referido a dicho Objeto.

Función semiótica de usuarios relevantes	
Usuario / Productor	Función semiótica <sup>26</sup>
	<p>acontecimiento.</p> <p>La intención de la usuaria funcionó a nivel icónico como una metáfora – publicar fotos/imágenes no violentas, que se relacionen con lo bello - a partir de las unidades semánticas que constituyen el núcleo del texto: “amigas”, “compartían”, “cosas bonitas”, “nombre”, desafortunadas fotos”.</p>
<p>@sof_casillas</p>  <p><a href="https://twitter.com/sof_casillas/status/1227655714140807170">https://twitter.com/sof_casillas/status/1227655714140807170</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Enunciador:</b> Es una usuaria que se describe como feminista interseccional, el tema del feminicidio se relaciona con su posicionamiento social (feminista)</li> <li>● <b>Enunciatario:</b> su gran número de seguidores afines al tema provocan que sus tweets tengan un alto nivel de interacción.</li> <li>● <b>Lo enunciado:</b> El discurso de la usuaria se configura a partir de la relación del nombre de la víctima y el valor simbólico (el cielo como un paisaje que evoca paz, que contrasta con la violencia) y estético de la imagen publicada.</li> </ul>

## Función semiótica de usuarios relevantes

Usuario / Productor	Función semiótica <sup>26</sup>
<p data-bbox="92 434 322 465">@DescansenPez</p>  <p data-bbox="92 1406 724 1438"><a href="https://twitter.com/DescansenPez/status/1227666776663576576">https://twitter.com/DescansenPez/status/1227666776663576576</a></p>	<ul data-bbox="759 434 1503 1137" style="list-style-type: none"> <li>● <b>Enunciador:</b> Posicionada en la plataforma con un gran número de seguidores, escritora en la revista de opinión “La Juguera Magazine”.</li> <li>● <b>Enunciatario:</b> La usuaria logra motivar la interacción de sus tweets con sus seguidores a partir de interacciones con múltiples comentarios con contenido relevante para sus mismos seguidores y para usuarios de Twitter que vean la respuesta en el tweet de @citcitcit_.</li> <li>● <b>Lo enunciado:</b> La usuaria responde repetidas veces al tweet de @citcitcit_ con distintas ilustraciones que obtienen respuestas de otros usuarios que se sienten identificados con las mismas.</li> </ul> <p data-bbox="804 1182 1493 1415">Los discursos de la usuaria se configuran a partir de la relación del nombre de la víctima y de las imágenes publicadas que se vinculan a nivel de índice con elementos animados, opuestos a lo “desafortunado”.</p>
<p data-bbox="92 1653 274 1684">@La_Dudette</p>	<ul data-bbox="759 1653 1503 1930" style="list-style-type: none"> <li>● <b>Enunciador:</b> La usuaria es una activista social, líder de opinión presente en distas redes sociales digitales.</li> <li>● <b>Enunciatario:</b> al ser activista social, tiene un gran número de seguidores, que son un elemento</li> </ul>

Función semiótica de usuarios relevantes	
Usuario / Productor	Función semiótica <sup>26</sup>
 <p><a href="https://twitter.com/Le_Dudette/status/1227230226708480000">https://twitter.com/Le_Dudette/status/1227230226708480000</a></p>	<p>destacable para la interacción con sus tweets.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Lo enunciado:</b> El tweet es publicado desde su perfil, no es respuesta a @citcitcitit_. La usuaria publica una opinión dirigida como un contra discurso de la filtración de las fotos de la víctima en redes sociales digitales.</li> </ul> <p>Más allá de proponer una acción, declara una opinión de la situación. Su discurso funciona a nivel simbólico ya que en su discurso hace uso de frases que resultan especialmente significativas dentro del contexto social de feminicidios: “En México”. “si eres mujer”, “fotos de tu cuerpo mutilado”.</p>
<p>@sofiaweidner</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Enunciador:</b> la usuaria es una ilustradora reconocida en redes sociales digitales por sus ilustraciones y crítica social.</li> <li>● <b>Enunciatario:</b> sus seguidores son un nicho más específico, con intereses afines al arte, temas sociales y feminismo.</li> <li>● <b>Lo enunciado:</b> El tweet es publicado desde su perfil, no es respuesta a @citcitcitit_. Este resulta relevante por su contenido ya que también hace referencia a la circulación de las fotos de la víctima y su revictimización. Además de emitir una opinión recurre a un recurso ilustrativo creado por ella, una ilustración de Ingrid que funciona a nivel icónico,</li> </ul>

## Función semiótica de usuarios relevantes

Usuario / Productor	Función semiótica <sup>26</sup>
<p data-bbox="108 443 558 631">sofia @sofiaweidner</p> <p data-bbox="108 495 558 631">Hice este retrato porque así es como deberías haber sido recordada y no de la manera en que te revictimizaron. Más de una de nosotras no durmió por pensarte, sin conocerte nos doliste, nosotras seremos tu voz ahora. Descansa en paz, Ingrid. #IngridEscamilla #Ingrid</p>  <p data-bbox="108 1099 335 1115">9:05 a. m. · 11 feb. 2020 · Twitter for iPad</p> <p data-bbox="108 1144 422 1160">3.258 Retweets · 145 Tweets citados · 9.670 Me gusta</p> <p data-bbox="92 1211 726 1294"><a href="https://twitter.com/sofiaweidner/status/1227247274490826752">https://twitter.com/sofiaweidner/status/1227247274490826752</a></p>	<p data-bbox="805 439 1497 568">alude a la representación de la víctima fuera de las fotografías del feminicidio. En el texto, se identifica y se involucra en su posición como mujer.</p>
<p data-bbox="95 1458 191 1487">@jrisco</p>	<ul data-bbox="759 1458 1503 1957" style="list-style-type: none"><li data-bbox="759 1458 1503 1541">● <b>Enunciador:</b> El usuario es un reconocido periodista y locutor de El Financiero y W Radio</li><li data-bbox="759 1592 1503 1771">● <b>Enunciatario:</b> Como líder de opinión, tiene un gran número de seguidores, interacciones y publicaciones de opiniones constantes de asuntos públicos en Twitter</li><li data-bbox="759 1823 1503 1957">● <b>Lo enunciado:</b> el usuario se unió a la dinámica propuesta por @citcitcit_ sin responder directamente a ella. Sin embargo, el 12 de febrero</li></ul>

Función semiótica de usuarios relevantes	
Usuario / Productor	Función semiótica <sup>26</sup>
 <p>Ingrid Escamilla</p> <p>3:20 p. m. · 12 feb. 2020 · Twitter for iPhone</p> <p>329 Retweets · 11 Tweets citados · 2.986 Me gusta</p> <p><a href="https://twitter.com/jrisko/status/1227704010402127874">https://twitter.com/jrisko/status/1227704010402127874</a></p>	<p>del 2020, su tweet destacó como el posicionamiento de un periodista frente la situación, que se relaciona significativamente con el llamado de @citcitcitit_, pues únicamente utiliza el nombre de la víctima y una foto de un cielo, refiriendo metafóricamente al reivindicamiento de la imagen de la víctima.</p> <p>Las fotos de cielos tuvieron un valor simbólico para reivindicar a Ingrid Escamilla, ya que se opone estéticamente es un recurso que se opone a la maldad.</p>
<p>@lopezobrador_</p>	<p>El tweet del usuario López Obrador, presidente de la República Mexicana, fue el único relevante en cuanto a niveles de interacciones el 12 de febrero del 2020, que no tuvo ninguna relación con el feminicidio de Ingrid Escamilla.</p> <p>El usuario de López Obrador funciona solo como emisor de un mensaje, sin ninguna relación con el feminicidio. Resulta relevante porque, aunque el tema en tendencia en la plataforma era el feminicidio, el perfil del presidente no realizó ninguna declaración u opinión en</p>

## Función semiótica de usuarios relevantes

Usuario / Productor	Función semiótica <sup>26</sup>
<p data-bbox="97 443 255 481">  <b>Andrés Manuel</b>              @lopezobrador_         </p> <p data-bbox="97 495 502 544">           Apoyamos y respetamos a todos los migrantes. Conferencia matutina.         </p>  <p data-bbox="97 824 502 884">  <b>Andrés Manuel</b>  @lopezobrador_             pscp.tv             Apoyamos y respetamos a todos los migrantes. Conferencia matutina.         </p> <p data-bbox="97 902 303 922">7:07 a. m. · 12 feb. 2020 · Periscope</p> <p data-bbox="97 947 414 967">1.533 Retweets 95 Tweets citados 5.367 Me gusta</p> <p data-bbox="89 1099 730 1182"> <a href="https://twitter.com/lopezobrador_/status/1227579918172614656">https://twitter.com/lopezobrador_/status/1227579918172614656</a> </p>	<p data-bbox="754 432 1050 465">relación con el mismo.</p>
<p data-bbox="92 1346 292 1379"><b>@Claudiashein</b></p> <p data-bbox="108 1435 316 1473">  <b>Claudia Sheinbaum</b>              @Claudiashein         </p> <p data-bbox="108 1496 638 1630">           El feminicidio es un crimen absolutamente condenable. Cuando el odio llega a los límites como el de Ingrid Escamilla es indignante. La SSC detuvo al presunto responsable y la Fiscal ha declarado que exigirá la máxima condena.         </p> <p data-bbox="108 1641 379 1662">7:50 a. m. · 11 feb. 2020 · Twitter Web App</p> <p data-bbox="108 1688 475 1709">1.856 Retweets 384 Tweets citados 7.838 Me gusta</p> <p data-bbox="89 1760 730 1843"> <a href="https://twitter.com/Claudiashein/status/1227228401406300161">https://twitter.com/Claudiashein/status/1227228401406300161</a> </p>	<ul data-bbox="754 1346 1497 1749" style="list-style-type: none"> <li>● <b>Enunciador:</b> Jefa de gobierno de la CDMX, Claudia Sheinbaum,</li> <li>● <b>Enunciatario: seguidores (ciudadanos).</b></li> <li>● <b>Lo enunciado:</b> emitió una declaración y opinión respecto al feminicidio de Ingrid Escamilla, además de condenar el acto, proporcionó información sobre el proceso del feminicida.</li> </ul>

...

La totalidad de las interacciones de los días 11-12 de febrero del 2020 se desarrollan en a partir de las siguientes variables:

1. Funciones de la plataforma: los usuarios interactúan sólo a través de las funciones que ofrece la plataforma, en el caso de Twitter: twittear, retwittear, retwittear con comentario, comentar, me gusta.
2. Contenido de las interacciones: los usuarios interactúan en distintos niveles, puede ser sin ningún tipo de contenido (me gusta, retwittear) o bien con contenido (twittear, retwittear con comentario, comentar) ya sea texto, imagen, o texto con imágenes.

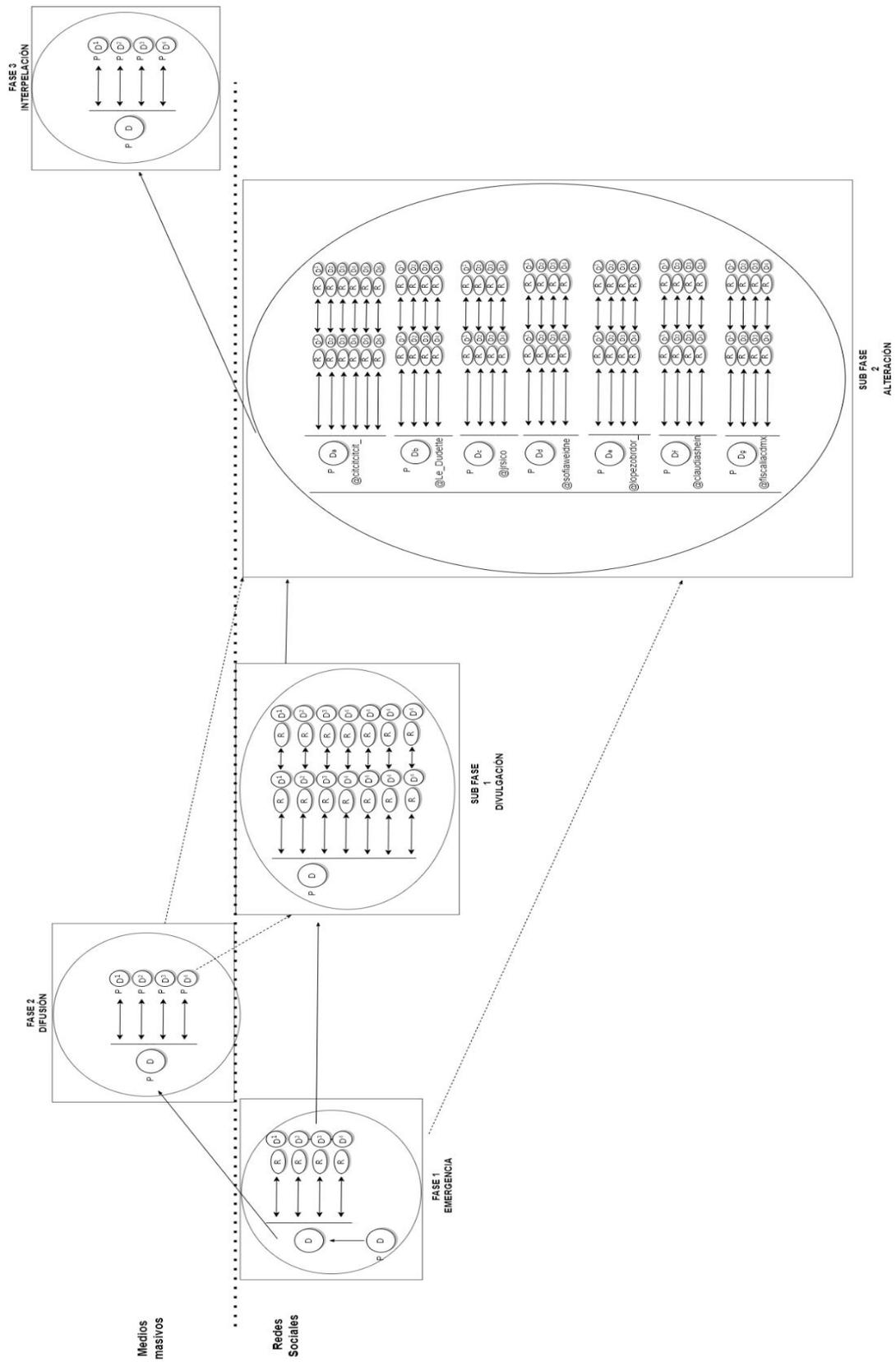
En el caso analizado, las imágenes publicadas podían relacionarse directamente con el tópico de la tendencia (feminismo, sororidad, feminicidios) o bien, ser de una naturaleza distinta (cielos, paisajes, animales, animaciones). Los textos que acompañan a las imágenes siempre tienen una relación directa con el tópico de la tendencia, se menciona la iniciativa de @citcitcitcit\_, el nombre de la víctima, o diversas opiniones relacionadas con el feminicidio y la circulación de las imágenes del mismo.

Las interacciones en relación con nodo @citcitcitcit\_ se enfocan principalmente en comentarios con imágenes, ya que el objetivo de estas se dirigió a promover una visibilidad distinta a la que ya circulaba, más allá de una textualidad. Es por ello por lo que la mayoría de los usuarios interactúan con imágenes acompañadas del nombre “Ingrid Escamilla”, con la mención de la iniciativa, o alguna opinión relacionada con el tema en tendencia.

Los otros usuarios con grado de interacción alto los días 11 y 12 de febrero del 2020, además de formar parte de la circulación de imágenes, twitieron opiniones y texto informativos relacionados con el tema en tendencia: el feminicidio de Ingrid Escamilla (con la excepción de @lopezobrador\_, que twiteó sobre su conferencia matutina). Cabe destacar, que el alto nivel de interacción de los usuarios se debe, además del tipo de contenido publicado, al número de seguidores que tienen y a su posición en la sociedad mexicana.

- e) Fase 3: por segunda vez, ocurre una intervención *intra-sistémica*, pues el redireccionamiento de la circulación de la información sobre el feminicidio de Ingrid Escamilla se hace nota informativa en los medios de comunicación masiva. Es decir, para los medios masivos la noticia es la acción generada por los usuarios para cambiar el sentido que se le estuvo dando al nombre de la víctima.

La tercera fase es especialmente relevante para el análisis, ya que la existencia de esta representa la transformación que tuvo el sentido de la circulación de la información. Desde el inicio, la filtración de las fotos en redes, y su publicación en medios masivos a la acción de los usuarios de cambiar el sentido del nombre de la víctima en Twitter: de fotos de su feminicidio a fotos relacionadas con temas que producen una oposición a estas, enfocados principalmente en objetos y figuras coloridas: animales, paisajes, ilustraciones.



Esquema elaborado por la autora basado en el modelo de Mario Carlón (2016).

La articulación de los modelos de análisis de Scolari y Carlón nos ayudó a vislumbrar una aproximación semiótica donde por un lado a través del análisis de la interfaz de Twitter, entendimos cuál es el código de la red (nivel sintáctico), qué acciones se pueden desarrollar con ese código (nivel semántico) y procesos de significación, de producción, circulación y consumo y de convergencia y divergencia<sup>27</sup> que se desarrollan como resultado de las interacciones en la interfaz.

Una vez teniendo en claro cómo funciona la interfaz de Twitter, lo vimos aterrizado en el estudio de caso, el cual se analizó con el modelo de análisis de Carlón, que ayudó a entender cómo se circula la información dentro de la interfaz de Twitter y en relación con otras interfaces (medios masivos). Esto permitió ver la reticularidad de la red y la capacidad de los usuarios para usar las interfaces con un objetivo: resignificar la representación violenta de Ingrid Escamilla.

## **Conclusiones generales**

La elaboración de la presente investigación tuvo como base de corpus de análisis una visualización con data en tiempo real de interacciones en Twitter relacionadas al caso de Ingrid Escamilla los días 11 y 12 de febrero del 2019 con el programa Gephi. Esto significa que, por un lado, el tener la recopilación de la data en tiempo real sustenta la interacción auténtica de los usuarios, sin embargo, también implica un reto, pues no todas las fases de la circulación analizadas pudieron ser visualizadas en tiempo real y por lo tanto, el análisis de las fases y subfases sin visualización se realizó de manera inferencial con la data y la información disponible, siguiendo fechas y acontecimientos del caso a través de notas informáticos y publicaciones e Twitter.

No obstante, en el caso hipotético de tener todas las visualizaciones en tiempo real de todas las fases de la circulación, el corpus de análisis sería demasiado extenso, por lo que la delimitación de los objetivos de la investigación se vería rebasada. Los límites de la presente investigación se encuentran en la pertinencia del análisis de las

---

<sup>27</sup> Ver páginas 70-72.

fases, en determinar qué fase(s) o subfases(s) son pertinentes de analizar con visualización en tiempo real para lograr comprender los procesos de circulación de información hipermediáticos.

En el caso analizado, se optó por visualizar la subfase 2, ya que fue el momento más significativo de la circulación para entender por qué y cómo se hizo viral la tendencia de #IngridEscamilla como un contra discurso. Si bien un primer objetivo de la investigación fue de manera general, entender cómo un tema puede hacerse tendencia en Twitter, las condiciones semióticas que lo permiten y cómo este proceso se constituye en una nueva perspectiva de la Opinión Pública en un ecosistema mediático. Lo interesante de la investigación es el entendimiento de cómo se comporta y cómo se autorregula un medio dentro del ecosistema, cómo se relaciona con otros medios y cómo el proceso de la configuración de la Opinión Pública se desarrolla en un ecosistema de mediático en donde conviven distintos tipos de medios.

Como dice Scolari, “los medios crean un ambiente que rodea al sujeto y modela su percepción y cognición” (2015, pp.29-30). El proceso de Opinión Pública, que se desarrolla en Twitter específicamente, se ve implicado dentro de un sistema mediático que contempla medios masivos, así como otros medios digitales o redes sociales digitales y ciudadanos como usuarios.

De acuerdo con el análisis de caso realizado en el capítulo 3, el feminicidio de Ingrid Escamilla como tendencia en la plataforma de Twitter tuvo diferentes fases en su posicionamiento como tema de interés. En un primer momento (fase 1, 2 y subfase 1) se viralizó por la particularidad del feminicidio, ya que además de ser atroz por el desollamiento del cuerpo, las fotos de este circularon de manera inmediata en las redes sociales digitales, lo cual hizo que las personas compartan las imágenes, o bien, emitirán una opinión al respecto.

En un segundo momento (subfase 2 y fase 3), más allá de que el feminicidio era el tema en tendencia, lo central era la crítica a la publicación y circulación de las fotos. La crítica se manifestó de diferentes maneras: desde tuits donde se emitían opiniones sobre la revictimización de Ingrid, los feminicidios en general, el acto de compartir las fotos, etc. Y la más relevante, la publicación de fotos / imágenes contrarias a la

violencia del feminicidio de Ingrid. Este accionar resulta relevante ya que es un proceso que antes no era posible, lo cual es producto de la interacción y de la posibilidad de que el usuario pueda ser productor/emisor de contenido dentro del proceso de comunicación de la OP.

Lo que dio pie al redireccionamiento del contenido del hashtag #IngridEscamilla fue, por un lado, la estructura y las funciones de la plataforma de Twitter y por otro, el contenido semántico y simbólico de los tweets en relación con el tema.

En estricto sentido, todos los elementos de la plataforma descritos en el capítulo anterior, se relacionan como conjunto para que esa funcione. Sin embargo, hay elementos específicos que tienen un impacto mayor para posicionar temas en tendencia en la misma red:

- Publicar tweets: es de los más importantes ya que es el primer medio por el que el usuario emite una opinión para que los demás usuarios puedan verla e interactuar con él.
- Cronología (Inicio): es el espacio donde se pueden visualizar los tweets y las interacciones de los usuarios de la red.
- Me gusta, retwittear, comentar y retwittear con comentario: son las funciones que están por default en todos los tuits publicados en la red, a través de estos se produce la interacción con otros usuarios. Mientras más grande sea el número de interacciones que tiene un tuit, más visibilidad tendrá en la red.

Además de las funciones de la plataforma, el contenido semántico y simbólico conlleva una implicación significativa como trasfondo de la circulación de la información y el posicionamiento como tendencia, ya que todo el tiempo se predispone una interpretación de signo y acciones en consecuencia de los usuarios y para ello, hay que tener presente la situación espacio-temporal de los usuarios en cada caso a analizar.

En el caso analizado, los usuarios interactuaron a través de las funciones que ofrece la plataforma de Twitter, principalmente: twittear, retwittear, retwittear con comentario, comentar, me gusta. La interacción ocurre en distintos niveles, puede ser sin ningún

tipo de contenido (me gusta, retwittear) o bien con contenido (twittear, retwittear con comentario, comentar) ya sea texto, imagen, o texto con imágenes.

Como una forma de apropiación tecnológica, las imágenes publicadas podían relacionarse directamente con el tópico de la tendencia (feminismo, sororidad, feminicidios) o bien, ser de una naturaleza distinta (cielos, paisajes, animales, animaciones) pero siempre contrarias a elementos de violencia, muerte o maldad. Los textos que acompañan a las imágenes siempre tienen una relación directa con el tópico de la tendencia, se menciona la iniciativa de @citcitcitcit\_, el nombre de la víctima, o diversas opiniones relacionadas con el feminicidio y la circulación de las imágenes del mismo.

Las interacciones en relación con nodo @citcitcitcit\_ se enfocan principalmente en comentarios con imágenes, ya que el objetivo de estas se dirigió a promover una visibilidad distinta a la que ya circulaba, más allá de una textualidad. Es por ello que la mayoría de los usuarios interactúan con imágenes acompañadas del nombre “Ingrid Escamilla”, con la mención de la iniciativa, o alguna opinión relacionada con el tema en tendencia.

En este sentido, la interacción digital en Twitter se reproduce hipertextualmente, ya que se aprecia la configuración de esta tendencia cuando distintas estructuras textuales no secuenciales construyen sistemas de significación donde los usuarios tienen la libertad de crear, compartir y vincular información de manera simultánea con otros usuarios.

Al seguir la idea de que la interfaz, en este caso de Twitter, es un dispositivo semiótico en donde a través de la intersubjetividad que construyen los usuarios (a partir de una identificación personal al ser sensibles al tema), se desarrollan procesos significativos (intercambios comunicativos entre los usuarios de la red con los cuales lograron construir y dar sentido a la tendencia), en el caso de Ingrid Escamilla, las funciones semióticas relevantes fueron recursos metafóricos y signos icónicos relacionados con cualidades referentes a lo no violento, que dieron paso a una resignificación de la victimización de Ingrid Escamilla. El contenido semántico se manifestó como contrario a la información que estaba circulando con la intención de transformar lo feo en lo bello, lo malo a lo bueno, se vio manifestado en las textualizadas e imágenes de los

usuarios de la red en un momento de la circulación de información, en este caso, en a Subfase 2.

Ejemplo tomado de un fragmento de análisis del capítulo 3:

<p>@sofiaweidner</p>  <p>9:05 a. m. · 11 feb. 2020 · Twitter for iPad</p> <p>3.258 Retweets · 145 Tweets citados · 9.670 Me gusta</p> <p><a href="https://twitter.com/sofiaweidner/status/1227247274490826752">https://twitter.com/sofiaweidner/status/1227247274490826752</a></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Enunciador:</b> la usuaria es una ilustradora reconocida en redes sociales digitales por sus ilustraciones y crítica social.</li><li>● <b>Enunciatario:</b> sus seguidores son un nicho más específico, con intereses afines al arte, temas sociales y feminismo.</li><li>● <b>Lo enunciado:</b> El tweet es publicado desde su perfil, no es respuesta a @citcitcitit_. Este resulta relevante por su contenido ya que también hace referencia a la circulación de las fotos de la víctima y su revictimización. Además de emitir una opinión recurre a un recurso ilustrativo creado por ella, una ilustración de Ingrid que funciona a nivel icónico alude a la representación de la víctima fuera de las fotografías del feminicidio. En el texto, se identifica y se involucra en su posición como mujer.</li></ul>
--	---

Esta resignificación del discurso en la red, de amarillismo, morbo y violencia a dignificación y respeto, tuvo un impacto en el imaginario social en el que se desencadenó el fenómeno, y eso tuvo como efecto que los medios de comunicación retomaran esta resignificación y la consideraran como un hecho destacable por ser una movilización social que ocurrió en una esfera digital. Y si bien todo este proceso se desarrolla dentro de la red, los usuarios se encontraban dentro de una situación social sensibilizada por temáticas de violencia contra la mujer, feminicidios e ideología

feminista, es importante considerar el factor social en el que surgen los acontecimientos referidos en la red para entender por qué los temas se hacen tendencia, ya que es una variable que dirige las acciones e interacciones de los usuarios dentro de su contexto social inmediato.

De esta manera, se puede entender que el comportamiento del ecosistema mediático nos da indicadores del comportamiento social de una determinada población (que este en interacción en determinado momentos y espacio) pues a partir del direccionamiento de la circulación de la información<sup>28</sup> se puede inferir la tendencia de opinión, las motivaciones, emociones, intereses, e incluso ideologías de los usuarios que son partícipes de las conversaciones en el ecosistema.

Otro factor importante que considerar para entender cómo un tema se vuelve tendencia en Twitter, son los usuarios como emisores de mensajes y su posicionamiento dentro de la red<sup>29</sup>. El número de seguidores no asegura una influencia en la red, sin embargo, el perfil y posicionamiento de usuario sí: ser un usuario con alto nivel conversacional (tweets, comentarios, retweets), publicar contenido relevante y *ad hoc* con las tendencias y un factor que puede tener mucho peso, ser una figura pública relevante ya sea en redes sociales digitales o medios de comunicación como es el caso de perfiles analizados anteriormente, ej. @La\_Dudette, @sofiaweidner, @jrisco.

Al considerar las ideas desarrolladas, se pueden sintetizar cinco circunstancias semióticas fundamentales para entender cómo y por qué un tema logra hacerse tendencia en Twitter:

1. Funciones de la plataforma: la estructura y los elementos que componen la interfaz de Twitter, además de ser el un código y un medio por los que se comunican los usuarios, condicionan y dirigen la interacción de los mismos. Es decir, es el espacio y son los elementos que los usuarios tienen a su

---

<sup>28</sup> Es posible advertir el direccionamiento o configuración de la información que se desarrolla en un ecosistema mediático a partir de las discursividades de los usuarios: contenido de los tweets.

<sup>29</sup> Es importante aclarar que este factor, contenido semántico de los tweets, ya que se relaciona más con su estatus social dentro y fuera de Twitter.

disposición para publicar e interactuar con otros usuarios.

2. Contenido semántico y semiótico de los tweets: en algún nivel significativo (icónico, indexical, simbólico) se relaciona con el tema discutido en la plataforma, sobre todo, debe contener palabras o hashtags que se asemejen al tema para que este tenga relevancia dentro de la creación de la tendencia.
3. Emisores de mensajes: como usuarios en Twitter, es relevante su posicionamiento en la red, el cómo se autodefinen, el tipo de publicaciones que suelen hacer, y la comunidad que han armado o a las que se unen por medio de interacciones en la plataforma. Sin embargo, también es relevante su posicionamiento en la sociedad (políticos, periodistas, activistas, etc.), ya que eso puede determinar la percepción, la respuesta y la interacción con los demás usuarios de la red.
4. Dinámicas de interacción: la publicación de tweets relacionados con un tema en específico no siempre será suficiente para que este se haga tendencia<sup>30</sup>. Es necesario que el proceso de circulación sea dirigido acorde a una dinámica específica para que resulte relevante y destaque del proceso de circulación que precede a la dinámica. En el caso analizado, la dinámica propuesta por una usuaria fue publicar imágenes opuestas a lo violento, acompañadas del nombre Ingrid Escamilla con el objetivo de des-visualizar las fotos del feminicidio.

Este tipo de dinámicas funcionan cuando el ser tendencia tiene un objetivo y si bien la circulación se pretender orgánica, se necesita una directriz para que funcione, es decir una estructura a seguir para que la conversación generada en Twitter sobre determinado tema forme un sentido; por ejemplo, en el caso analizado, esta estructura fue el publicar una imagen junto con el nombre de

---

<sup>30</sup> En ocasiones, no se necesita de una dinámica de interacción específica para que un tema sea tendencia, a veces el tema puede ser una noticia o suceso de interés muy alto como: elecciones electorales, un suceso internacional relevante, promociones pagadas, etc.

Cuando la intención es promover un tema para que se haga tendencia de manera orgánica, es cuando se deben buscar las dinámicas de interacción.

Ingrid, lo demás (otros textos), apoyaba la generación de sentido.

5. Hipermediación: siguiendo la definición de Scolari sobre hipermediaciones, “procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrolla en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (Scolari, 2008, p.113), podemos observar que cuando un tema llega a ser tendencia en Twitter, es muy probable que también circule y se discuta en otras redes sociales digitales o en otros medios de comunicación.

Se puede afirmar que los procesos de hipermediación ocurren cuando un tema en tendencia en Twitter, ya que: hay una convergencia entre lo multimedia, se da en soportes digitales, el usuario es colaborador, la conversación es de muchos a muchos, existe una alta interactividad en las interfaces y se desarrollan estructuras hipertextuales (no lineales).

Ahora bien, es importante destacar como todos los procesos comunicativos que ocurren dentro de las interfaces digitales, en este caso Twitter, tienen un efecto en la sociedad. Desde una perspectiva pragmática, podemos observar que los temas que se discuten se hablan y circulan en redes sociales digitales, tienen necesariamente un vínculo con las circunstancias del mundo empírico, de la realidad inmediata que es parcialmente representada y/o resignificada en las redes sociales digitales. Por ejemplo, en el caso analizado, todos los acontecimientos sucedidos el 10, 11 y 12 de febrero se discutieron en Twitter, como un espacio público en donde se puede opinar desde lo virtual a partir de los elementos que ofrece la plataforma.

El segundo objetivo general de la investigación fue entender cómo la Opinión Pública se ha transformado como un nuevo proceso de manifestación en las redes sociales, digitales específicamente Twitter, como un espacio virtual en donde convergen sujetos y objetos, donde se abre el debate sobre distintas temáticas y se expresan opiniones o puntos de vista de las mismas. Un espacio donde las tendencias representan el consenso de la comunidad virtual pues es la “opinión última” al ser representativa en la red.

Como se estipuló en el capítulo 1, la Opinión Pública ha sido definida a lo largo de la historia de acuerdo con las situaciones sociales en las que se va desarrollando la misma, ya que los medios por los que se genera y las condiciones sociales, políticas y tecnológicas, y por lo mismo, las definiciones del concepto se van transformando.

La Opinión Pública (en adelante referida como OP, por sus siglas) en la actualidad se ha visto impactada principalmente por el desarrollo tecnológico y digital del siglo XXI y el uso que le dan los humanos: el Internet, la accesibilidad a la información y la posibilidad de emitir mensajes a través de medios y plataformas individuales, el empoderamiento del usuario, son características que han impactado a la OP. Más allá de la definición general: “un proceso entre personas involucradas e interesadas en las circunstancias políticas y sociales de su entorno. La opinión emitida son juicios racionalizados que parten de conocimiento general, pero también de las expectativas y deseos de cada persona”<sup>31</sup>, el proceso de configuración comunicacional de la Opinión Pública es lo que se ha transformado.

A continuación, se presenta el diagrama utilizado en el capítulo 1 para representar el proceso de configuración comunicacional de la OP en donde aún no se contemplaban los medios digitales. El objetivo es compararlo con un nuevo diagrama comunicacional para entender cómo ha cambiado este proceso de configuración y el importante papel que tienen las plataformas digitales.



Diagrama realizado por la autora, modelo de comunicación política de Dominique Wolton.

El siguiente diagrama se creó con base en el anterior tomando en cuenta la nueva variable del proceso: las plataformas digitales.

---

<sup>31</sup> Definición operativa realizada por la autora con base en los autores desarrollados en el capítulo 1.

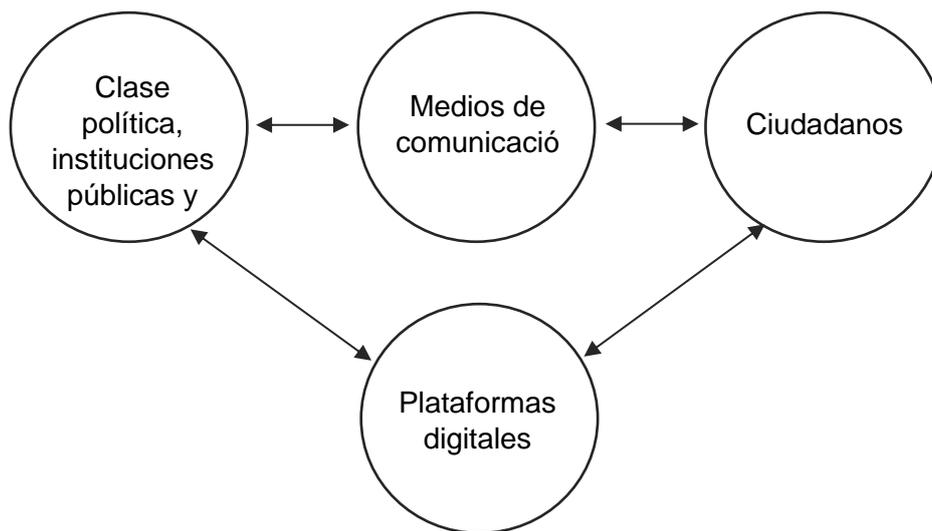


Diagrama realizado por la autora, modelo de comunicación política de Dominique Wolton.

Las plataformas digitales tienen convergencia con la clase política, las instituciones públicas y privadas, los medios de comunicación y con los ciudadanos, ya que, a través del Internet, todos los sujetos pueden tener una representación en las plataformas digitales. En las redes sociales digitales, y específicamente en Twitter, los ciudadanos, los medios de comunicación, los periodistas, los políticos y las instituciones pueden ser acreedores de un perfil y, por lo tanto, participar activamente en la conversación de la plataforma.

En el proceso comunicacional de la OP, las plataformas digitales funcionan como un espacio y un canal por el que los usuarios (sin importar su papel en la sociedad) pueden compartir información y publicar opiniones sobre diversos temas. Al ser un medio y un espacio público, lo compartido en la plataforma puede tener un impacto en las distintas esferas del diagrama, en la sociedad, la vida pública y en los medios de comunicación.

Si entendemos al proceso de mediatización en la actualidad como “la aceleración de la comunicación en un ambiente digital, un “universo” cotidiano omnipresente de medios” (Averbeck- Lietz, 2018, p. 71), es claro como la transmisión de contenidos, más allá de sólo comunicar, forman parte de un proceso de construcción social de sentido. Los medios de comunicación ya sean medios masivos o redes sociales

digitales contribuyen a estructurar las relaciones comunicativas de una sociedad, y en consecuencia impactan a distintas dinámicas sociales como la política, la economía, etc., al hacer visible y público situaciones e información más allá de las instituciones sociales.

Para tener un mejor entendimiento del valor de las plataformas digitales en el proceso de configuración comunicacional de la OP, es necesario desarrollar hallazgos derivados de la investigación:

*Procesos en los que la OP se ve inmersa:*

- Twitter es una plataforma digital cuya interfaz funciona como un espacio de interacción donde ocurren intercambios de información e interacciones entre sujetos en un espacio virtual.
- El diseño de la plataforma funciona como un dispositivo semiótico<sup>32</sup> de interacción y como un conjunto de elementos que el usuario debe aprender a usar, sin embargo, además de las reglas de uso previamente estipuladas por el diseñador, el usuario puede apropiarse de las mismas y desarrollar estrategias de comunicación según sus objetivos.
- El usuario de Twitter ha aprendido los códigos de la interfaz, cómo usarlos y cómo interpretarlos. Siguiendo la idea de Gutiérrez (2017), el entorno y las condiciones en las que se encuentra un signo al ser percibido por un interpretante determinan el sentido y las asociaciones directas que tendrá el signo. En Twitter los signos de la interfaz ya tienen una representación simbólica de la acción que producen, ej. Signo de + significa que puedes realizar la acción de escribir y publicar un nuevo tweet. El usuario interactúa con el sistema de la interfaz, y esta cobra sentido para él cuando es capaz de comprenderla y utilizarla.
- Hipermediaciones - dentro de la plataforma de Twitter, y en relación con otras redes sociales digitales y medios masivos, ocurren procesos de intercambio

---

<sup>32</sup> Estructura formal configurada de tal manera que pueda recibir datos y transformarlos. Consultado el 19 mayo 2022 en: [http://www6.uc.cl/sw\\_educ/obras/php/glosa.php?glosario=Dispositivo](http://www6.uc.cl/sw_educ/obras/php/glosa.php?glosario=Dispositivo)

significativo entre los medios y los sujetos inmersos en estos procesos. Se producen intercambios entre los usuarios y los dispositivos tecnológicos, estos intercambios representan nuevas formas de comunicación, que siguiendo a Scolari (2008), cumplen con las características que definen a las nuevas formas de comunicación que se han dado en un marco digital: digitalización, reticularidad, hipertextualidad, multimedialidad e interactividad<sup>33</sup>. Con base en esta idea, se puede decir que la Opinión Pública está siendo hipermediatizado, ya que parte de los ciudadanos están inmersos en estos nuevos procesos de comunicación, para informarse y opinar.

- Siguiendo la teoría de Ecología de medios, estos evolucionan, y como piensa Carlón (2015), existe un fin o crisis de los medios masivos y hay una emergencia de un nuevo sistema de mediatización. El proceso de construcción de la OP anteriormente solo concebía a los medios masivos; actualmente los medios digitales también tienen un gran peso en la construcción de este proceso.
- Las tendencias o viralización de temas en general en los medios digitales/redes sociales digitales, es esencial para el proceso de configuración de la OP y el entendimiento de dónde parte y cómo se desarrolla un tema para que gran parte de los usuarios hablen y opinen de él. Los temas en tendencia son una representación de lo que las personas están hablando, es decir, de lo que trata la OP en determinando momentos y espacios. Ahora, se puede visualizar en tiempo real la OP y como diría Van Dijk, en esta nueva configuración del sistema comunicacional se pasó de “una cultura participativa a una verdadera cultura de la conectividad” (2016, p. 12).

El estudio y el desarrollo de las teorías de análisis de redes, medios digitales y Opinión Pública tienen un amplio espectro de vertientes de investigación a profundizar o bien, iniciar.

El Análisis de Redes Sociales, el mapeo de las interacciones en la red a través de herramientas como Gephi, tienen un gran potencial como recurso de investigación,

---

<sup>33</sup> Ver definiciones en capítulo 2 pág. 39.

ya que es una nueva forma de visualizar la Opinión Pública. A pesar de que se hace investigación con soporte de estas herramientas, resulta interesante profundizar a partir de la perspectiva semiótica, ya que en estos mapas están representados diferentes niveles de significación que podrían ser analizados a partir de herramientas que ayuden a encontrar códigos y relaciones significativas entre signos representados.

El modelo de análisis de Mario Carlón puede desarrollarse y potencializarse para dar una mirada más acertada a cómo se desarrolla el proceso de comunicación de las tendencias en Twitter; los mapas realizados con Gephi, fueron funcionales para que el modelo de Carlón tuviera un acercamiento más acertado a una parte del proceso de circulación de la información.

El análisis de esta investigación se enfocó en el proceso de configuración de una tendencia en Twitter ya que se considera a la plataforma como un espacio de OP por excelencia, ya que facilita la circulación de información entre los usuarios (que también son ciudadanos) y como explican Liliana Gómez, Juan Federico Pino y Andrés Lombana-Bermúdez (2021) “Twitter funciona como una red social para los que tienen intereses políticos, pues se convierte en un lugar en el que pueden interactuar con otros que tienen similares agendas, y también les sirve como espacio para contradecir, atacar e incluso insultar a aquellos que piensan diferente”.

Sin embargo, será pertinente expandir el análisis de otras redes sociales digitales (Facebook, Instagram, TikTok) ya que en todas hay funciones que permiten la configuración de tendencias en la red.

La evolución del concepto y sobre todo del proceso de configuración de la OP, ha evolucionado a partir de los dispositivos y plataformas digitales. La idea de que la OP es ahora hipermediática, es una vertiente que se necesita desarrollar a partir de la teoría de Scolari, ya que él reúne teóricamente la teoría de interfaces, hipermediaciones y ecología de medios, teorías y conceptos que conciernen a la OP actual.

## Referencias:

- Aguilar, L. (2017) 'Una reconstrucción del concepto de opinión pública', *Revista Mexicana de Opinión Pública*, N° 23, pp. 125-148.
- Alvino, C. (2021), *Estadísticas de la situación digital de México en el 2020-2021*
- Arribas, C. M. (1990) *La Opinión pública: teorías, concepto y métodos*. Madrid: Tecnos
- Averbeck-Lietz, S. (2018), '(Re)leer a Eliseo Verón: mediación y mediatización. Dos conceptos complementarios para las Ciencias de la Información y de la Comunicación', *deSignis*, vol. 29, pp. 69-82
- Averbeck-Lietz, S. (2018), '(Re)leer a Eliseo Verón: mediación y mediatización. Dos conceptos complementarios para las Ciencias de la Información y de la Comunicación', *deSignis*, vol. 29, pp. 69-82
- BBC (11 febrero 2020) "Feminicidio de Ingrid Escamilla: la indignación en México por el brutal asesinato de la joven y la difusión de las fotos de su cadáver". Consultado 15 abril del 2020: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-51469528>
- Benveniste, É. (1966 y 1974). *Problemas de lingüística general I y II*. México: Siglo XXI, 1971 y 1977.
- Bradner, Erin. (2001)"Social affordances: Understanding technology mediated social networks at work." Extended Abstracts of the Conference on Human Factors in Computing Systems. <https://www.autodesk.com/research/publications/social-affordances>
- Branch. Consultado 20 mayo 2021: <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-mexico-en-el-2020-2021/>
- Carlón, M. (2015). *La concepción evolutiva en el desarrollo de la ecología de los medios y en la teoría de la mediatización: ¿la hora de una teoría general?* Palabra Clave, 18(4), 1111-1136. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.4.7
- Carlón, M. (2016) Apropiación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón. En Vidales, C. y Vizer, E. *Comunicación, campo(s), teorías y problemas, una perspectiva internacional*, (pp. 112-142), Comunicación Social, ediciones y publicaciones.
- Carlón, M. (2018): "Sur les traces de Verón. Une approche aux nouvelles conditions de circulation du sens dans l'ère contemporaine" *Communication & langages*, N° 196, Paris, CELSA - Univ. Paris-Sorbonne, 4, / NecPlus, eISSN 1778-7459, DOI 10.3406/colan. Disponible en <https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages-2018-2.htm>
- Carlón, M. (2020) *Circulación del sentido y construcción de colectivos: en una sociedad hipermediatizada* / 1a ed. - San Luis: Nueva Editorial Universitaria - UNSL.
- Crelier, A.. (2007). Los aspectos éticos de la comunidad en charles s. Peirce. *Ideas y Valores*, 56(134), 61-76. Retrieved January 18, 2022, from [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-00622007000200004&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-00622007000200004&lng=en&tlng=es).
- Crespi, I. (2000) *El proceso de la opinión pública, cómo habla la gente*. Ariel Comunicación, Barcelona.
- Dewey, J., (1927) *The public and its problems*, Holt, Rinehart y Winston, Nueva York.
- Eco, U. (1964) *Apocalípticos e integrados*. Umberto Eco, Editorial Tusquets.
- Eco, U. (1974), *La estructura ausente*, Lumen, Barcelona.
- Eco, U. (2000). *Tratado de semiótica general*. España: Lumen.
- Edurne, U. (2002) *Introducción a la Ciencia política. La política de las sociedades*. Tecnos, Madrid.
- El Financiero (20 enero 2022), "Feminicidios en México: 2021 es el año más violento contra las mujeres". Consultado el 20 de noviembre del 2021:

<https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/2022/01/20/femicidios-en-mexico-2021-es-el-ano-mas-violento-contra-las-mujeres/>

- El País (25 marzo 2009) "Twitter no es una red social sino una herramienta de comunicación". Consultado el 30 de enero 2020: [https://elpais.com/tecnologia/2009/03/25/actualidad/1237973279\\_850215.html](https://elpais.com/tecnologia/2009/03/25/actualidad/1237973279_850215.html)
- El Universal (4 noviembre 2019), ¿Qué es un bot? Consultado 15 de abril 2020: <https://www.eluniversal.com.mx/techbit/que-es-un-bot>
- El Universal, "Ingrid Escamilla filtración de imágenes no quedará impune asegura Segob". Consultado el 15 de agosto del 2021: <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/seguridad/ingrid-escamilla-filtracion-de-imagenes-no-queda-impune-asegura-segob>, <https://www.elfinanciero.com.mx/cdmx/vinculan-a-proceso-a-policia-que-filtro-fotos-del-femicidio-de-ingrid-escamilla/>, <https://larepublica.pe/mundo/2020/02/11/mexico-indignacion-en-redes-se-filtran-fotos-del-femicidio-de-ingrid-escamilla-muerte-desollar-asesinato-twitter-rddr/>
- Feenberg, A. (2009), "Critical theory of communication technology: Introduction to the
- Floridi L. (ed.), (2015). *The Onlife Manifesto. Being Human in a Hyperconnected Era*. Springer. DOI 10.1007/978-3-319-04093-6
- Garrido, L. (2011) Habermas y la teoría de la acción comunicativa, *Revista Razón y Palabra*, N°75
- Gómez, L., Pino J.F. y Lombana-Bermúdez A. (2021), Twitter como espacio de democracia y desinformación *Revista 100 Días*, 103.
- González, M. (2016). Opinión pública y web 2.0. Las redes digitalizan el barómetro político en España. *Revista mexicana de opinión pública*, (21), 95-113.
- Gurevitch, Michael y Blumer, Jay. (1990) 'Political communication systems and democratic values'. En LICHTENBERG, J. (ed.). *Democracy and the mass media*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gutiérrez Miranda, Martha (2017). Semiótica y tecnología: la interfaz icónica y el signo interactivo. En: *No Solo Usabilidad*, nº 16, 2017. <nosolousabilidad.com>. ISSN 1886-8592
- Habermas, J. (1987) "Teoría de la acción comunicativa. Volumen 1: *Racionalidad de la acción y racionalización social*". Taurus, Madrid, 1987.
- Habermas, Jürgen,(2001) *Facticidad y Validez: sobre el derecho y el Estado democrático de derecho en términos de teoría del discurso*, 3era. edición, Editorial Trotta, Madrid
- Habermas, Jürgen. (1997). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. México: Ediciones Gustavo Gili.
- Islas, O. (2015). *La ecología de los medios: metadisciplina compleja y sistémica*. *Palabra Clave*, 18(4), 1057-1083. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.4.5
- Kiss de A; Castro R., (2004) *Comunicación Interpersonal en Internet Convergencia*. *Revista de Ciencias Sociales*, vol. 11, núm. 36, septiembre-diciembre, pp. 277- 301 Universidad Autónoma del Estado de México
- Lévy, P. (2007). [Informe al Consejo de Europa]. Prólogo: Manuel Medina. Barcelona: Rubí; México: Anthropos-Universidad Autónoma Metropolitana.
- Lippmann, W. (1922) *Public opinion*. N. York. The Macmillan Co.
- MacDougall, Curtis M. (1952) *Understanding public opinion*. EE. UU. New York. The MacMillan Co.
- Marshall, D (2004), *New Media Cultures*, Londres, Arnold Publishers.
- McLuhan, E. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. Barcelona, Paidós.

- Mendoza, J.L. (2011) 'Perspectivas teóricas sobre la opinión pública', *Interpretextos*, Universidad de Colima, pp. 105-118.
- Nadin, M. (1988). *Interface design: A semiotic paradigm*. (<http://www.nadin.ws/wpcontent/uploads/2007/02/interfac.pdf>)
- Noelle-Neumann, E. (1995). Hacia una teoría de la opinión pública. En: La espiral del silencio. Barcelona: Paidós Comunicación
- Ojeda, I., (22 febrero 2020) *Los Peñabots marcaron agenda en México pero, ¿qué es un bot y cómo se usa en la lucha política?*, Sin Embargo. Consultado el 20 de enero 2020: <https://www.sinembargo.mx/22-02-2020/3734184>
- Orihuela, J., (2011), *Mundo Twitter: una guía para comprender y dominar la plataforma que cambió la red*, Barcelona, Alienta.
- Orihuela, J. L. (2003), Los weblogs ante los paradigmas de la eComunicación: 10 principios del nuevo escenario mediático, ponencia presentada en el V Foro de Investigación Europea en Comunicación, Madrid. Disponible en <http://jlori.blogia.com/2003/112601-los-weblogs-ante-los-paradigmas-de-la-e-comunicacion.php>.
- Peirce, C.S., (1986) *La ciencia de la semiótica*, Nueva Visión.
- Pozas, María de los Ángeles (2015). En busca del actor en la Teoría del Actor Red. I Congreso Latinoamericano de Teoría Social. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Price, V. (1994). Problemas de opinión pública. En: Opinión pública. México: Universidad de Guadalajara/Dopsa/Peac, pp. 19-40
- Redondo, M. (17 mayo 2017) *Twitter, la plataforma de las movilizaciones sociales en México*. Hipertextual. Consultado 23 julio 2020; <https://hipertextual.com/2017/05/twitter-la-plataforma-de-las-movilizaciones-sociales-en-mexico>
- Rivadeneira, Raúl (1995), *La Opinión Pública, Análisis, Estructura y Métodos para su estudio*. México, Trillas.
- Rojas, J. y Leal, L. (2017). Affordance: constructo para la comprensión y transformación del aprendizaje en contextos interculturales. *Tecné, Episteme y Didaxis*, ted, 42, 63-77.
- Rousseau, J. (1712-1778) *Discurso sobre las ciencias y las artes*, Alianza Editorial
- Salaverría, R. (ed.) (2005), *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*, Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Scolari, C. (2004) *Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*, Gedisa, Barcelona.
- Scolari, C. (2015) *Ecología de los medios*. Entornos, evoluciones e interpretaciones. Barcelona, Gedisa
- Scolari, C. (2015). *Los ecos de McLuhan: ecología de los medios, semiótica e interfaces*. *Palabra Clave*, 18(3), 1025-1056. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.4.4
- Scolari, C. (2018). *Las Leyes de la Interfaz. Diseño, ecología evolución, tecnología*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2019) *¿Cómo analizar una interfaz?*, disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/330651740\\_Como\\_analizar\\_una\\_interfaz](https://www.researchgate.net/publication/330651740_Como_analizar_una_interfaz)
- Signa Lab ITESO (28 febrero 2019) *Democracia, libertad de expresión y esfera digital. Análisis de tendencias y topologías en Twitter el caso de la #redamlove*. Signa Lab. Consultado el 20 de enero 2020: [https://signalab.iteso.mx/informes/informe\\_redamlove.html](https://signalab.iteso.mx/informes/informe_redamlove.html)
- Solorio, A. (13 octubre 2022) *Ley Ingrid: en qué consiste la ley que surgió tras el feminicidio de Ingrid Escamilla*, MVS Noticias. Consultado 22 de enero 2022: <https://mvsnoticias.com/nacional/2022/10/13/ley-ingrid-en-que-consiste-la-ley-que-surgio-tras-el-feminicidio-de-ingrid-escamilla-568476.html>

- Sopena, J. (2008) «El fenómeno de la opinión pública : líneas de investigación en Europa». *RUTA Comunicación*, Núm. 1, <https://raco.cat/index.php/Ruta/article/view/140221>.
- Speier, Hans. (1969) "El desarrollo histórico de la opinión pública". En: Los medios de comunicación social de Ch. S. Steinberg y W. A. Bluem. Trad. de L. Ma. Trejo de Hernández. México. Editorial Roble
- Uría, F. (2020). Las redes sociales en la formación de opiniones políticas. *Actas De Periodismo Y Comunicación*, 6(1).
- Van Dijck, J.,(2016) *La cultura de la conectividad, una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI, Buenos Aires.
- Verón, E. (1993). *La Semiosis Social. Fragmentos de una Teoría de la Discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (2014) *Teoría de la mediatización: una perspectiva semio-antropológica*, CIC Cuadernos de Información y Comunicación 2015. vol 20 173-182
- Verón, Eliseo. 1993. *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Wolton, D. (1995) *La comunicación política: construcción de un modelo*. Barcelona, Gedisa.
- Wolton, D. (1997) *Pensar la comunicación*, París.
- Young, Kimball, et alii, (1999) *La opinión pública y la propaganda*, Barcelona, Paidós.

## Anexos

### Entrevista vía Twitter con la usuaria @citcitcitcit\_

**Alejandra:** Hola! Estoy haciendo mi tesis sobre la tendencia que creaste de Ingrid Escamilla y compartir las fotos que la reivindicaron.

Me serviría mucho poder hablar contigo, ¿Podrías?

**Citcitcitcit\_:** Holaaaa, si claro.

**Alejandra:** En primera instancia, me ayudaría mucho saber que es lo que te provocó tuitear el tuit de dónde surgió toda la tendencia de publicar fotos bonitas

Es decir, que viste o leíste que te provocó tuitear la invitación a compartir otro tipo de fotografía en relación al nombre de Ingrid

**Citcitcitcit\_:** Hay no te preocupes, yo también ando con la tesis y me estoy tardando años, aquí yo te ayudo cuando sea necesario

Mira, yo estaba leyendo el caso de Bianca Devins, no sé si has oído hablar de ella? Es una chica a la que un wey asesinó y luego él publicó fotos de su cuerpo en la cuenta de Bianca en instagram.

Entonces se hizo un morbo horrible y muchas personas difundían sus fotos sobre todo en instagram, entonces los familiares y amigos de Bianca la etiquetan en fotos de imágenes como a las que ella le gustaba compartir

Sobre todo de Sanrio (que es el mundo de hello Kitty, keroppi my Melody etc...)

Y pues cuando pasó lo de Ingrid yo acababa de leer lo de Bianca y ni siquiera lo pensé tanto, incluso si lees el tuit está todo mal redactado jajaja

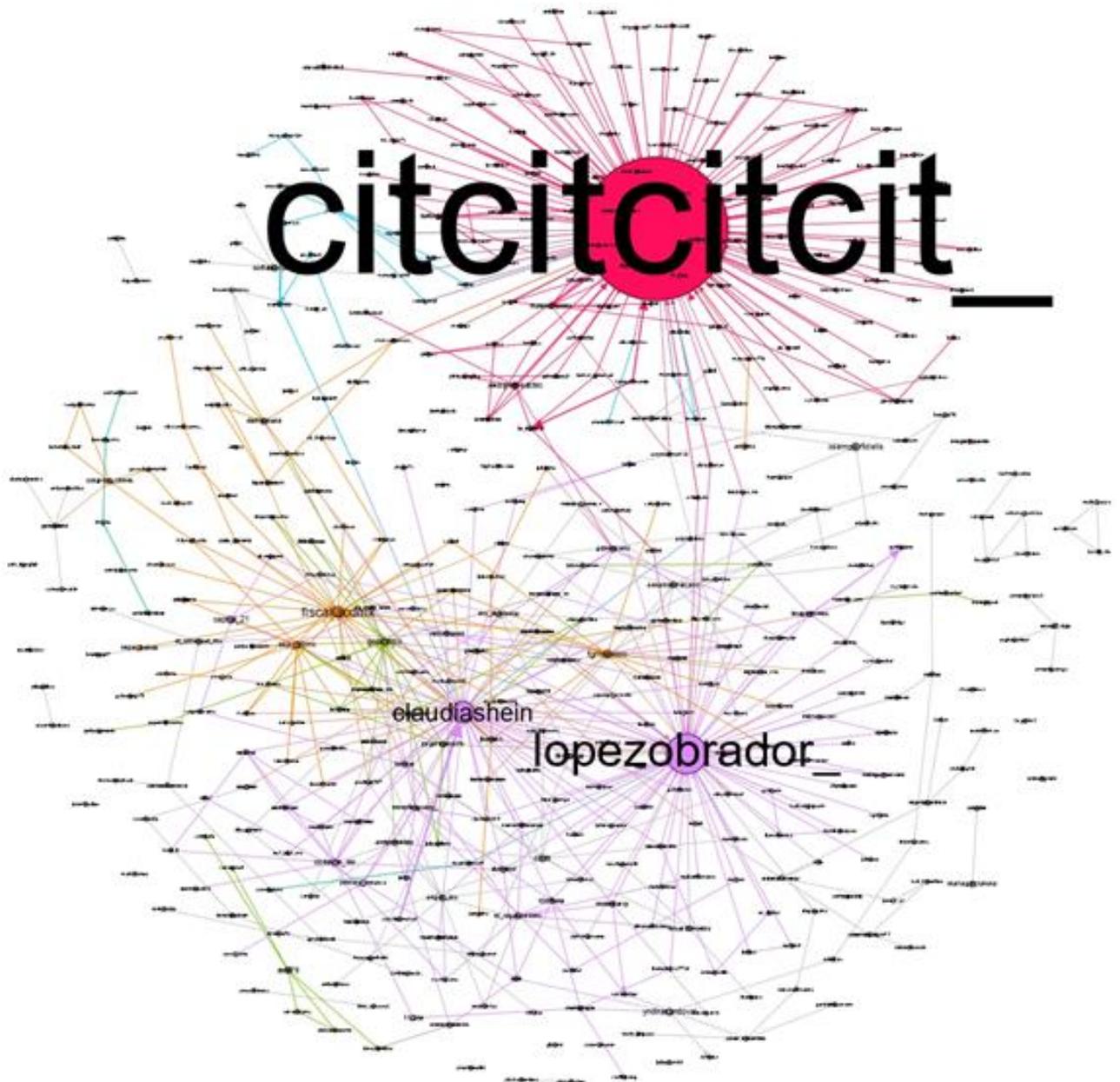
Lo puse como una hora antes de irme a dormir y fue más como para mis amigas que me apoyan en todo y ya, me fui a dormir y se me hizo tarde para el servicio entonces ni revisé mis redes sociales y pues no tenía datos ni nada

Fue hasta que salí del servicio y me conecté a la red del metro que me di cuenta pues de que había tenido un impacto positivo

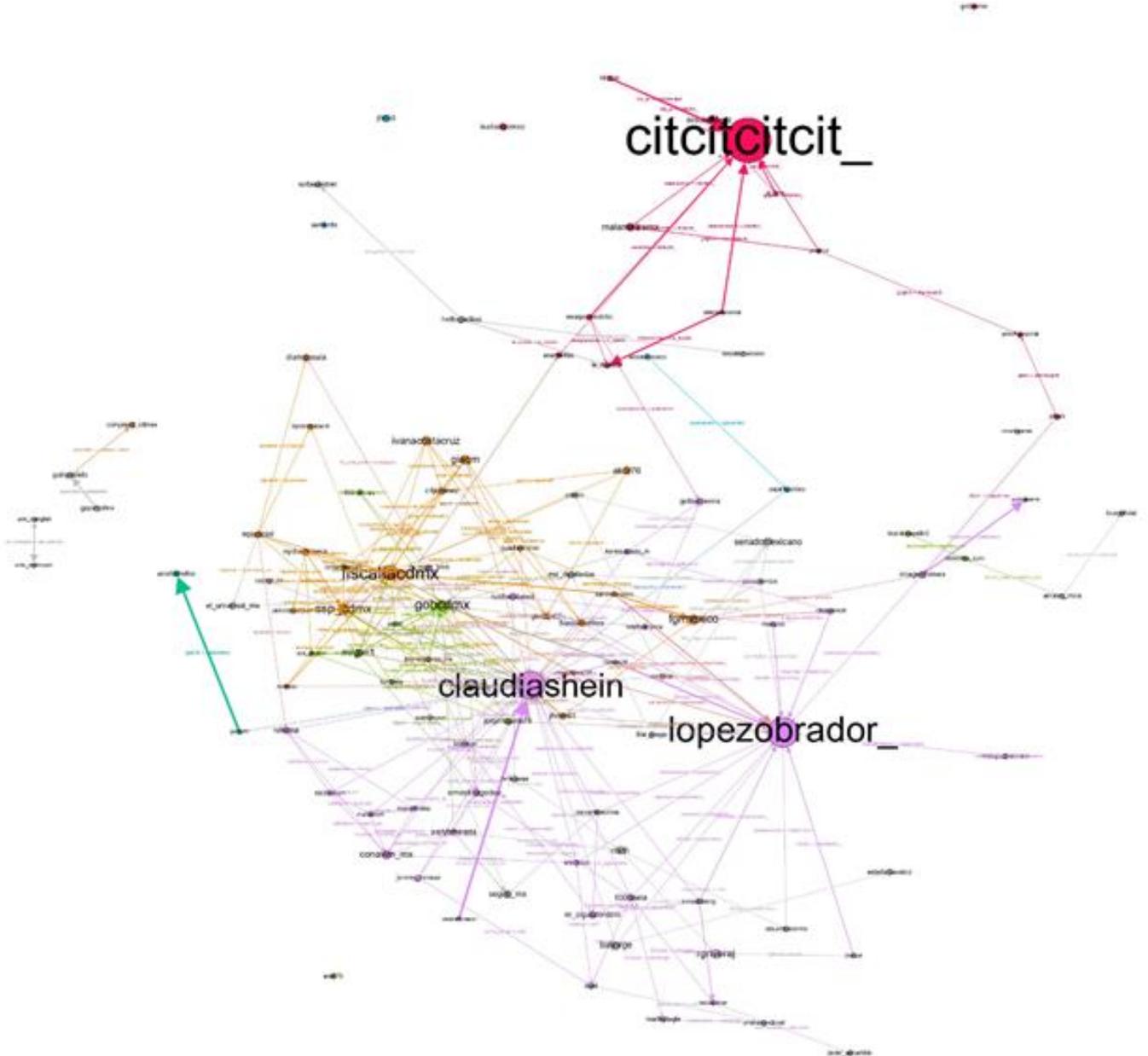
Por esos días yo estaba haciendo mi servicio en la fgr y me tocaba pues ver cosas bien feas la verdad entonces el ver las fotos de Ingrid para mí sí fue horrible, me destrozó el alma, sobre todo pensé en cómo de sentiría mi familia o mis amigas si yo estuviera en su lugar, y pues más que nada surgió de esa empatía que sentía con ella

Y pues sobre todo, me gustaría que todas las mujeres víctimas de la violencia machistas sean recordadas de forma digna y no de la desafortunada forma que nos tocó conocerla

## Circulación de información del 11 - 12 de febrero del 2020 en Twitter



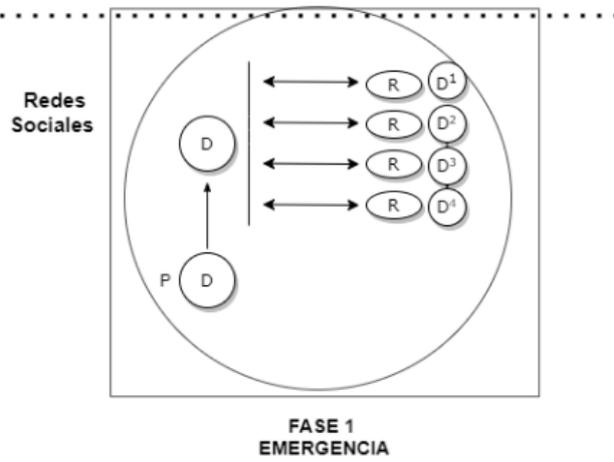
Visualización de las interacciones con etiqueta de usuario y con filtro de grado de interacción de 11 y 12 de febrero del 2020.



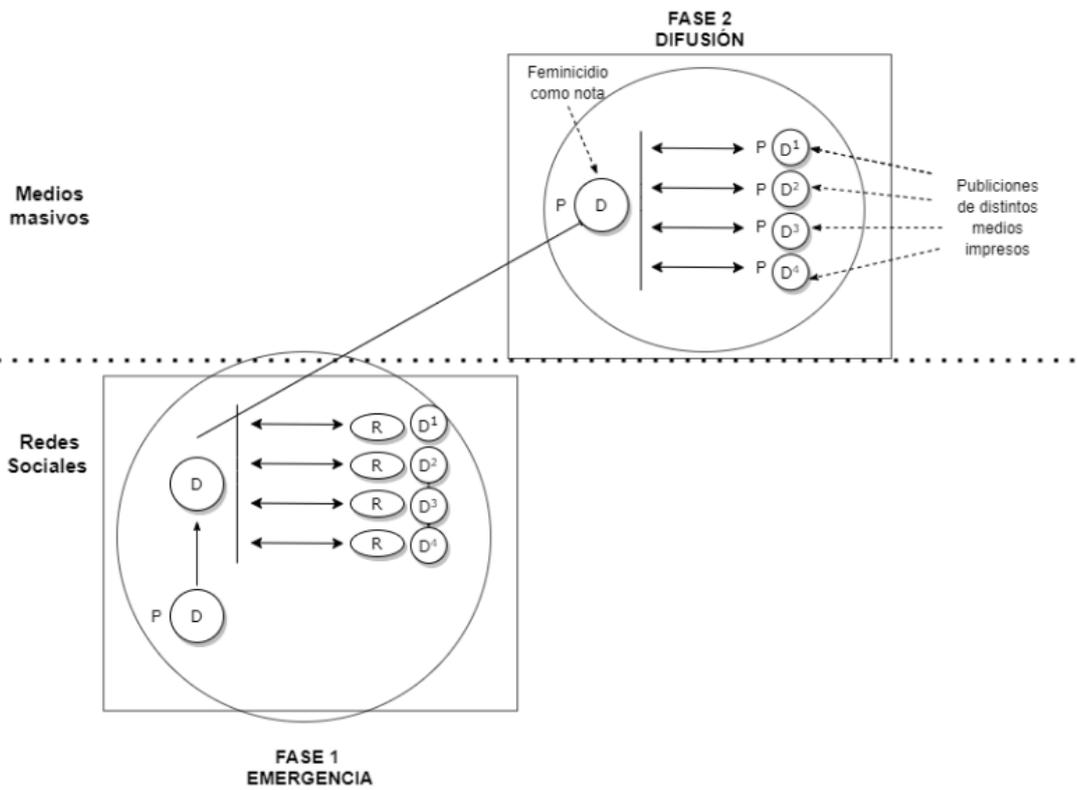
Visualización de los principales nodos con más interacciones, con etiqueta de usuario y con filtro de grado de interacción de 11 y 12 de febrero del 2020

## Diagrama fase 1

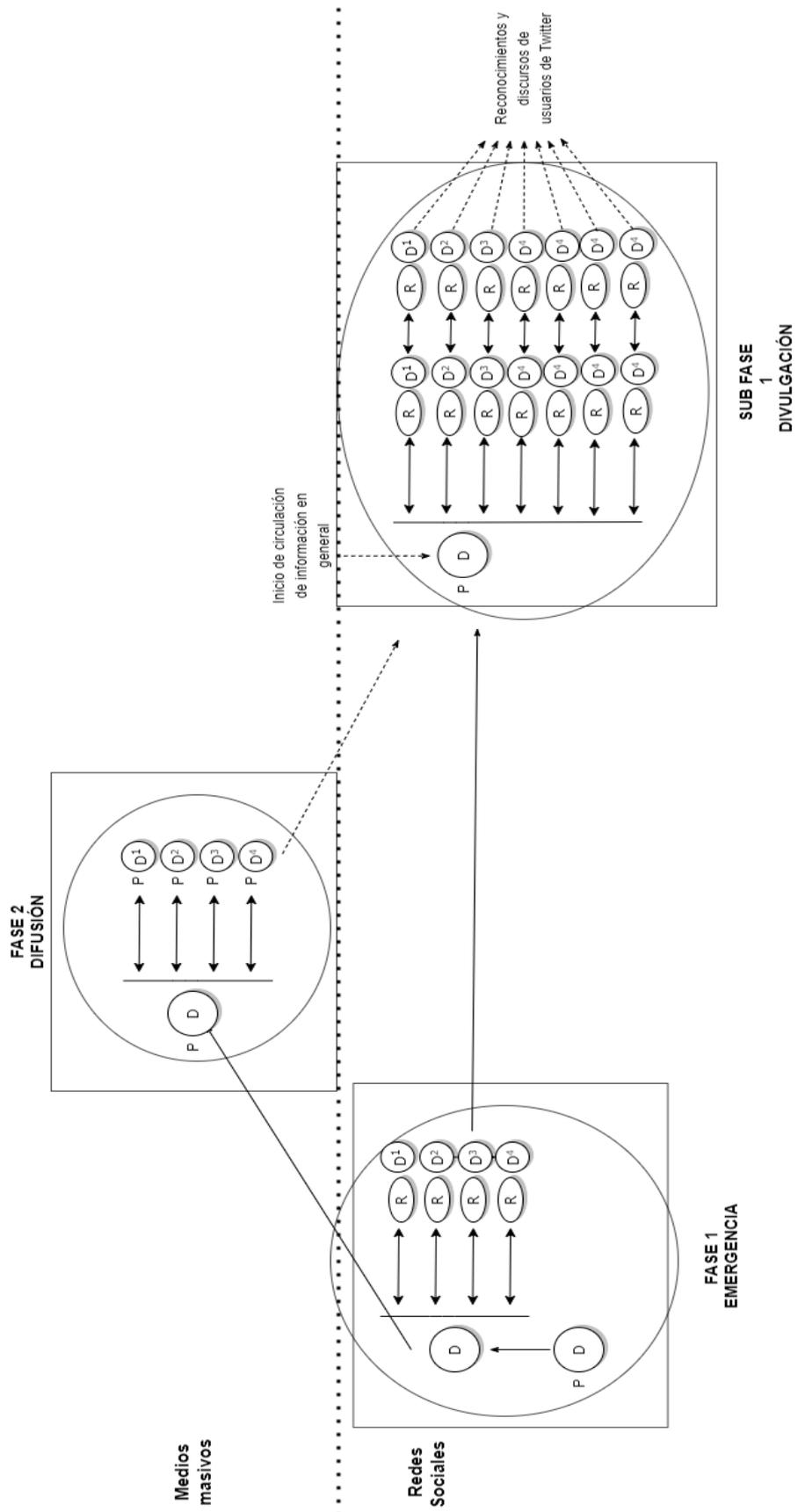
Medios masivos



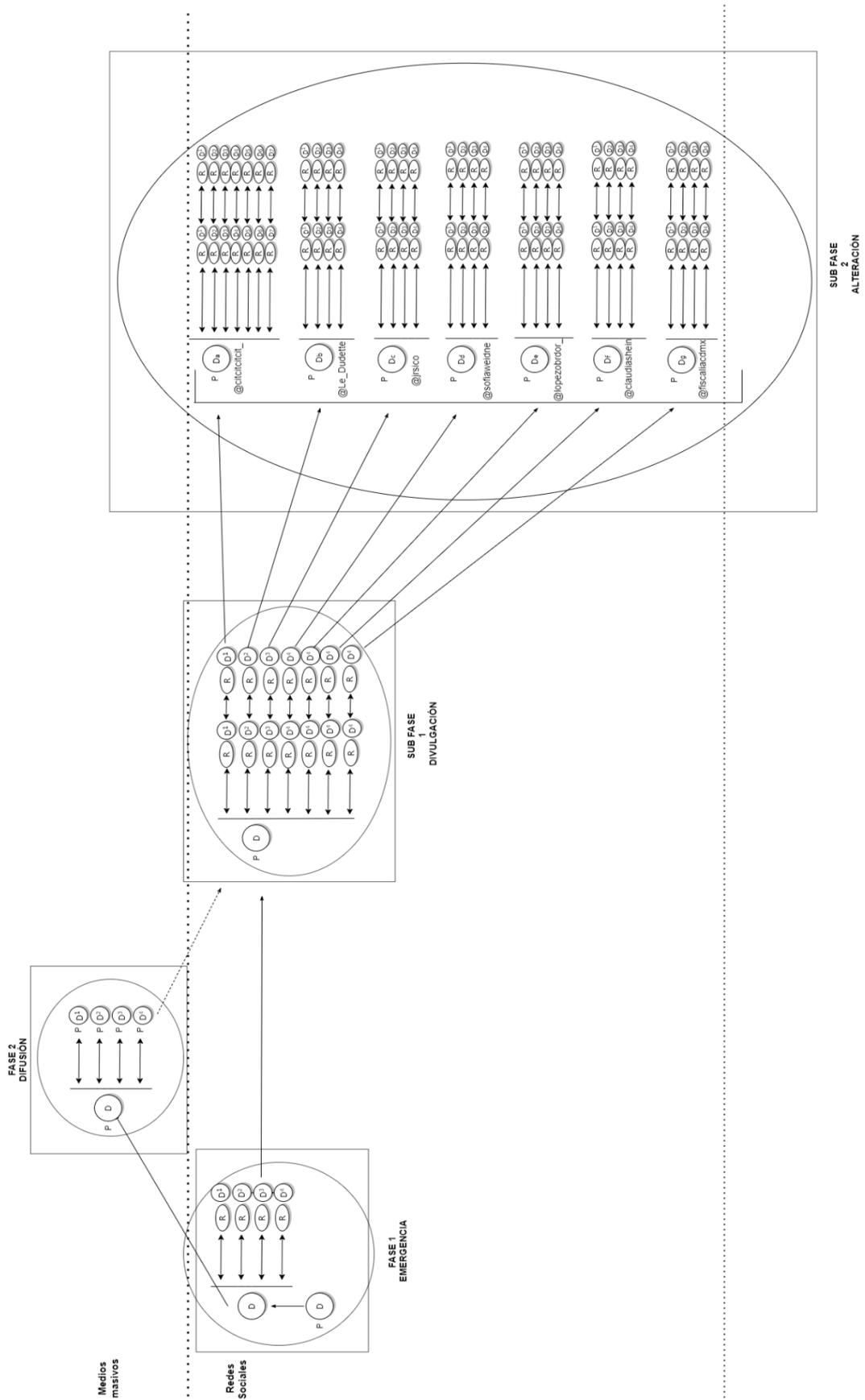
## Diagrama fase 2



# Diagrama sub fase 1



# Diagrama sub fase 2



# Diagrama fase 3

