La opinión pública hipermediatizada

El caso #IngridEscamilla

Hypermediated Public Opinion

#IngridEscamilla Case

Opinião pública hipermediada

O caso #IngridEscamilla

DOI: https://doi.org/10.18861/ic.2026.21.1.4241

▶ ALEJANDRA ARROYO RODRÍGUEZ

alearroyo312@gmail.com – Ciudad de México – Universidad Nacional Autónoma de México, México.

ORCID: https://orcid.org/0000-0002-9218-9183

CÓMO CITAR: Arroyo Rodríguez, A. (2026). La opinión pública hipermediatizada. El caso #IngridEscamilla. *InMediaciones de la Comunicación, 21*(1). https://doi.org/10.18861/ic.2026.21.1.4241

Fecha de recepción: 15 de diciembre de 2025
Fecha de aceptación: 24 de mayo de 2026

RESUMEN

El artículo tiene como objetivo analizar cómo se manifiesta la opinión pública en redes sociodigitales, tomando como caso de estudio el feminicidio de Ingrid Escamilla. Desde una perspectiva semiótica basada en la teoría de mediatización de Eliseo Verón y la metodología de circulación de la información de Mario Carlón, se examinan las fases de la viralización del tema en Twitter. Los resultados muestran cómo el nombre de Ingrid Escamilla se volvió tendencia mediante un proceso de resignificación simbólica, en el cual los usuarios difundieron imágenes pacíficas para contrarrestar las violentas fotografías del crimen; este fenómeno evidenció la interacción entre medios digitales y tradicionales a través de fases intrasistémicas e intersistémicas. Si bien el estudio se centra únicamente en Twitter en este caso particular, plantea la necesidad de expandir el análisis a otras plataformas para obtener una visión más amplia. Su valor radica en develar cómo la opinión pública se ha transformado en un nuevo proceso de manifestación social dentro de entornos virtuales, donde convergen usuarios, interacciones cibernéticas y representaciones mediáticas.

PALABRAS CLAVE: *opinión pública, hipermediaciones, redes sociodigitales, feminicidio, medios de comunicación.*

ABSTRACT

This article aims to understand how public opinion manifests on sociodigital networks, using the femicide of Ingrid Escamilla as a case study. From a semiotic perspective grounded in Eliseo Verón's mediatization theory and Mario Carlón's information circulation methodology, the phases of the topic's viralization on Twitter are examined. The results show how Ingrid Escamilla's name became a trending topic through a process of symbolic resignification, in which users

spread peaceful images to counter the violent photographs of the crime; this phenomenon evidenced the interaction between digital and traditional media through intra-systemic and inter-systemic phases. Although the study focuses exclusively on Twitter in this particular case, it raises the need to expand the analysis to other platforms in order to obtain a broader perspective. Its value lies in revealing how public opinion has transformed into a new process of social manifestation within virtual environments, where users, cybernetic interactions, and media representations converge.

KEYWORDS: *Public Opinion, Hypermediations, Sociodigital Networks, Femicide, Media.*

RESUMO

O artigo tem como objetivo analisar como a opinião pública se manifesta nas redes sociodigitais, tomando como estudo de caso o feminicídio de Ingrid Escamilla. A partir de uma perspectiva semiótica fundamentada na teoria da mediatização de Eliseo Verón e na metodologia de circulação da informação de Mario Carlón, são examinadas as fases da viralização do tema no Twitter. Os resultados mostram como o nome de Ingrid Escamilla se tornou tendência por meio de um processo de ressignificação simbólica, no qual os usuários difundiram imagens pacíficas para contrapor as fotografias violentas do crime; esse fenômeno evidenciou a interação entre mídias digitais e tradicionais por meio de fases intrassistêmicas e interssistêmicas. Embora o estudo se concentre exclusivamente no Twitter neste caso particular, aponta para a necessidade de ampliar a análise a outras plataformas a fim de obter uma visão mais abrangente. Seu valor reside em revelar como a opinião pública se transformou em um novo processo de manifestação social dentro de ambientes virtuais, onde convergem usuários, interações cibernéticas e representações midiáticas.

PALAVRAS-CHAVE: *opinião pública, hipermediações, redes sociodigitais, feminicídio, mídia.*

1. INTRODUCCIÓN

Desde hace años, Internet ha transformado la manera en que se desarrollan las relaciones sociales. Por una parte, facilita el acceso a la información; por otra, permite que cualquier persona emita mensajes a través de redes sociodigitales. La transmisión de información se ha vuelto inmediata y como consecuencia, en las últimas décadas, la interacción entre usuarios, instituciones e incluso medios se ha vuelto multidireccional, pues en el proceso se han involucrado múltiples emisores y receptores intercambiando información simultáneamente.

Los ciudadanos, como usuarios, tienen la percepción de poder incidir más directamente en las problemáticas sociales. Además de sitios web y páginas oficiales, las redes sociodigitales han tomado gran importancia para el ejercicio de discusiones políticas, movimientos sociales, campañas de *marketing* político, informes, noticias y expresión de ideas en general. 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 sociodigitales hacen posible el *feedback* entre círculos sociales pues la emisión discursiva de los usuarios puede reconocerse y recibir una respuesta en distintos niveles discursivos: ya sea texto, imágenes, emojis, entre otros.

Al partir de esta idea, se marca el antecedente de que dentro de los espacios digitales se desarrolla una socialidad en la que la tecnología y los usuarios coevolucionan. Entender cómo funciona esta estructura online implica comprender una nueva interacción social y como esta provoca una "cultura participativa" a través de las redes sociodigitales, comprender su funcionamiento es clave para evaluar su alcance e impacto en la vida social. Las redes sociodigitales no solo median la interacción, sino que construyen nuevos imaginarios colectivos que redefinen las dinámicas de la opinión pública.

Esta investigación busca examinar cómo la opinión pública ha encontrado nuevos canales y formas de expresión en las redes sociodigitales, y de qué manera se transmutan prácticas de participación ciudadana que históricamente se desarrollaban en espacios físicos (como plazas públicas, asambleas, debates) hacia manifestaciones digitales articuladas mediante recursos como *trending topics*, *hashtags*, hilos de información y cadenas de reacción colectiva. Se parte del supuesto de que estos mecanismos no son meros equivalentes digitales de las formas tradicionales de deliberación pública, sino formatos discursivos con lógicas, temporalidades y alcances propios, que reconfiguran el modo en que la sociedad construye, difunde y disputa sentidos en torno a hechos de relevancia colectiva.

Para ello, se toma como objeto de análisis la plataforma Twitter (actualmente X), a través del estudio del caso de tendencia #IngridEscamilla (2020), con el

fin de caracterizar los procesos de comunicación, las dinámicas de interacción y los discursos que emergieron en torno a dicho acontecimiento. Este caso permite observar, en un contexto concreto, cómo se articulan y circulan formas de expresión colectiva en el entorno digital.

La opinión pública es un concepto ampliamente abordado en el campo de la comunicación a partir de diversas aproximaciones teóricas y metodológicas orientadas a medir el impacto de temas de relevancia política y social. Su función consiste en la expresión de juicios y valoraciones por parte de los ciudadanos acerca de los sistemas políticos, sociales, económicos y culturales en los que se encuentran inmersos. Este ejercicio puede desarrollarse tanto de manera formal, a través de canales ofrecidos por instituciones públicas o privadas, como de manera informal mediante espacios creados por los propios ciudadanos.

La definición ha sido abordada desde distintos enfoques teóricos, sobre todo de ordenamiento político y social, acerca de teorías de la comunicación, enfocado en los medios. En la tabla 1 se muestran algunas definiciones que ejemplifican los distintos enfoques:

Tabla 1. Enfoques teóricos

W. Lippmann (1922)	"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" (p. 39).
J. Habermas (1997)	"Opinión pública significa cosas distintas según se contemple como una instancia crítica en relación a la notoriedad normativamente licitada 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" (p. 261).
C. Monzón Arribas (1987)	"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" (p. 138).
E. Noelle – Neumann (1995)	"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" (p. 280).
H. Speir citado en Rivadeneira, (1995)	"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" (p. 45).
C. MacDougall (1952)	"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" (p. 29).

Fuente: elaboración propia.

En principio no es el objetivo de este trabajo abordar toda la discusión teórica de opinión pública, sino retomar definiciones como punto de partida

que nos permitan establecer un contexto de reflexión para el caso a analizar. Se trabajará con una definición operativa basada[1], por un lado, en Cándido Monzón Arribas, y, por otro, en lo planteado por Hans Speir. Se entiende, entonces, la opinión pública como un proceso entre personas involucradas e interesadas en las circunstancias políticas y sociales de su entorno. La opinión emitida son juicios racionalizados que parten del conocimiento general, pero también de las expectativas y deseos de cada persona.

Habiendo dejado clara la delimitación del trabajo, el desarrollo del artículo será de la siguiente manera: en el siguiente apartado, "El caso #IngridEscamilla y la recolección de corpus de análisis" se desarrollará el contexto del caso analizado, así como la explicación metodológica con la que se trabajó la composición del corpus. En el apartado "De mediaciones a hipermediaciones" se revisarán brevemente las bases teórico-metodológicas de donde se parte para realizar el análisis y la reflexión de los resultados. Se explica puntualmente el modelo de análisis propuesto por Carlón (2016) para analizar la circulación de la información entre distintas interfaces; estas últimas entendidas bajo los postulados de Carlos Scolari (2018).

En el apartado de "Análisis: resignificación y viralización de #IngridEscamilla" el objetivo es 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. En "Opinión pública, interfaces y circulación de sentido: hallazgos y reflexiones desde el caso #IngridEscamilla" se realizan reflexiones finales sobre 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 con sus experiencias.

2. EL CASO #INGRIDESCAMILLA Y LA RECOLECCIÓN DEL CORPUS DE ANÁLISIS

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 1,004 feminicidios[2].

El caso tuvo un impacto mediático significativo en 2020, ya que generó una gran indignación en torno al papel que tienen los medios de comunicación respecto de la perspectiva de género y los feminicidios en México. La repercusión

1 Nociones más amplias sobre la opinión pública, el espacio público y redes sociodigitales están trabajadas en: Arroyo Rodríguez (2023).

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

fue tal que el Congreso de la Ciudad de México aprobó una modificación al artículo 225 del Código Penal Federal para sancionar a los servidores públicos que difundan imágenes, audios, videos, documentos o información vinculada con investigaciones penales, datos personales de las víctimas o circunstancias relacionadas con un delito. Esta modificación fue denominada Ley Ingrid (Solorio, 2022).

El 9 de febrero del 2020 ocurrió el feminicidio que constituye el objeto de análisis de este estudio: 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 asesinado de Ingrid. La noticia comenzó a circular por redes sociodigitales en primera instancia por las fotos que, no se sabe con certeza cuál fue la fuente de la filtración de las mismas, ni el usuario origen que las hizo públicas en Internet, según medios de comunicación[3], 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 sociodigitales publicó un video donde el asesino relata los motivos y la forma en la que le quitó la vida a Ingrid.

De lo digital pasó a los medios impresos de nota roja donde 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[4]. Como consecuencia de estos y otros titulares, colectivos, mujeres y líderes de opinión repudiaron en redes sociodigitales la divulgación de las fotos y la forma de abordar los feminicidios en algunos medios de México.

Desde el domingo 9 de febrero se llamó en redes sociodigitales a compartir en lugar de las fotos filtradas, imágenes de naturaleza contraria a la violencia, imágenes que no 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 asociara con su muerte violenta.

El 11 y 12 de febrero, el *hashtag* #IngridEscamilla se ubicó entre las principales tendencias de Twitter y se vinculó con información del caso, opiniones al respecto, retratos de Ingrid e imágenes de paisajes, cielos, animales y flores. El día 12 de febrero el *tweet* de @citcitcitcit_ se hizo viral, lo que provocó que la tendencia de #IngridEscamilla se vinculara con el nombre de la víctima e imágenes principalmente de paisajes y naturaleza.

3 Véase: https://www.eluniversal.com.mx/nacion/seguridad/ingrid-escamilla-filtracion-de-imagenes-no-quedara-impune-asegura-segob - https://www.elfinanciero.com.mx/cdmx/vinculan-a-proceso-a-policia-que-filtro-fotos-del-feminicidio-de-ingrid-escamilla/ - https://larepublica.pe/mundo/2020/02/11/mexico-indignacion-en-redes-se-filtran-fotos-del-feminicidio-de-ingrid-escamilla-muerte-desollar-asesinato-twitter-rddr/

4 Véase: https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-51469528

El estudio específico de este caso se eligió por su relevancia en redes sociodigitales 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 a conceptos de vida y no de muerte.

2.1. Composición del corpus de análisis

Para obtener el corpus de análisis se utilizó una herramienta de Análisis de Redes Sociales (ARS): Gephi, que 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 sociodigitales. Esta herramienta permite mostrar las relaciones que se establecen como interacción social, pero en un ámbito virtual.

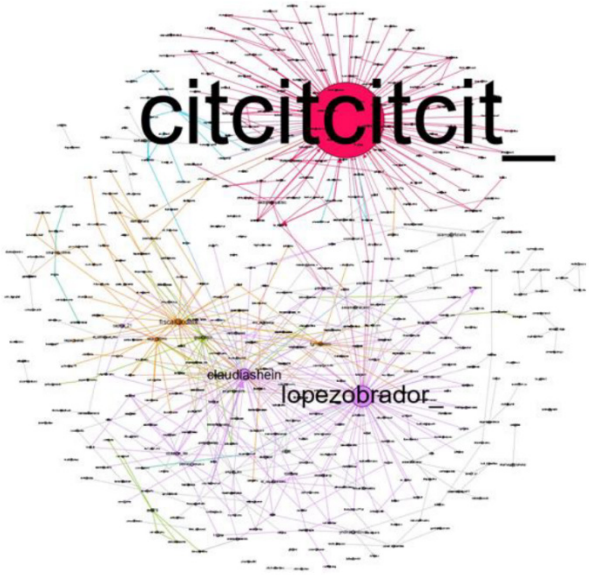
Trabaja de la siguiente manera: a partir del mapeo de un nombre de usuario, palabras claves o *hashtags*, se pueden mapear con base en los datos de toda la red de Twitter o por usuarios. Para el caso del análisis se buscó el *hashtag* #IngridEscamilla, pues era la tercera tendencia en México el 11 y 12 de febrero del 2020[5], se mapeó la red completa, que permite ver comentarios y el mapa por usuarios, lo cual permite identificar los nodos de la red y visualizar la conexión (relaciones) por aristas.

El uso de la herramienta se limitó a la obtención del corpus, para la visualización de las interacciones en Twitter, pues el análisis que se realizó 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. El objetivo final fue obtener la visualización del proceso de viralización y relación entre nodos (usuarios) de la interfaz de Twitter en tiempo real.

Con Gephi obtuvo dos vistas: la red completa (comentarios y usuarios) y el mapa por usuarios (nodos y conexiones por aristas). A partir de ese mapeo se identificó a los actores clave de la red.

5 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, además de que algunas de las fases fueron fuera de Twitter.

Imagen 1. Circulación de información del 11 y 12 de febrero de 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.

Fuente: elaboración propia.

3. DE MEDIACIONES A HIPERMEDIACIONES

Eliseo Verón (2014) en su Teoría de las Mediatizaciones considera que los movimientos mentales en las personas, al percibir elementos en su entorno, son secuencias sígnicas 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. (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 (1974), 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" (p. 22).

Para entender los cambios en los procesos de comunicación, es importante entender las variables que los permiten. Una aproximación teórica que propone 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. Para entender qué es una interfaz, Scolari realiza ejercicios metafóricos para poder explicar la definición. La interfaz como espacio de interacción es la que nos interesa, pues marca una frontera entre el mundo real y el virtual 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.

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, esta se conecta con otras interfaces tecnológicas, políticas y sociales que la ayudan a coevolucionar.

Por otro lado, Carlón (2016) ha adaptado la metodología de Verón 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" (p. 112)

A Carlón le interesa comprender cómo se configura actualmente el proceso de comunicación, ya que este ya no se limita a la relación entre medios masivos y público, sino que incorpora la irrupción de los medios digitales, los cuales transforman y complejizan ese modelo clásico. 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. 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 intersistémicas.

Se identifican fases cuando se producen cambios de escala de la mediatización, cuando un discurso que viene de las redes sociodigitales es retomado por medios masivos o viceversa, lo que sería una circulación hipermediatizada. Si en la circulación *intrasistémica* ocurren procesos significativos, se identifican como subfases (Carlón, 2018). 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 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 intrasistémicas 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)

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, 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 intrasistémica*, 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.

Para determinar cómo son las relaciones entre los medios de comunicación, Carlón (2018) explica que las relaciones son *intrasistémicas* cuando se producen en un mismo conjunto de medios; cuando conviven más de dos sistemas de medios, las relaciones son *intersistémicas*.

> Mientras hubo un solo sistema de medios las relaciones eran *intrasistémicas* (por ejemplo, la radio comentaba a los diarios y a la televisión, todo sucedía a través de referencias interdiscursivas 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 *intersistémicas* y la circulación del sentido ha mutado: porque ha cambiado en su ritmo, en su escala y en su complejidad. (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, pasa de ser un proceso

intrasistémico (que se desarrolla en los medios con base en Internet) a uno intersistémico, entre redes y medios masivos.

- 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.
- Segunda fase: intrasistémica, cuando otro usuario con poder de influencia en la red retoma el discurso originario.
- Tercera fase: intersistémica, cuando se publican notas en los medios de comunicación masiva, lo cual potencia las direcciones de comunicación tanto intrasistémicas como intersistémicas.
- Cuarta fase: se generan procesos comunicacionales descendentes.

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. El modelo de análisis que propone Carlón sobre las mediatizaciones de los nuevos medios se aplicará al análisis de caso para entender cómo se están configurando las nuevas formas de interacción entre los usuarios en un medio digital.

4. ANÁLISIS: RESIGNIFICACIÓN Y VIRALIZACIÓN DE #INGRIDESCAMILLA

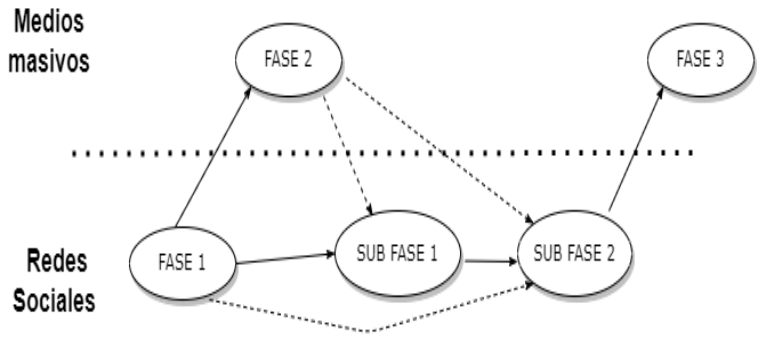
El análisis del proceso en el que el nombre de Ingrid Escamilla se hizo tendencia no se aborda como un fenómeno exclusivo de una interfaz digital, sino como un hecho intersistémico, en el que medios masivos y redes sociodigitales interactuaron para difundir la noticia y consolidar la tendencia. La aplicación del esquema de análisis de Carlón permite identificar las unidades y las relaciones que se formaron en la interacción para saber cómo se desarrolló la circulación y qué elementos semióticos de las publicaciones, los usuarios y las características de Twitter dieron pie a ello.

La direccionalidad de las fases del proceso está determinada con base en la observación de la circulación de sentido sobre la línea de tiempo de los hechos y a nivel estadístico que se realizó a partir del programa de Gephi.

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 (algunos procesos fueron externos a Twitter o porque no se habían contemplado para los fines de la investigación).

A continuación (Esquema 1), se presentan las distintas fases y subfases que destacan de la circulación de la información respecto al caso de Ingrid Escamilla; más adelante se ahondará en cada una de las fases.

Esquema 1. Fases y subfases que destacan de la circulación de la información respecto al caso de Ingrid Escamilla



Fuente: elaboración propia basado en el modelo de Carlón (2016).

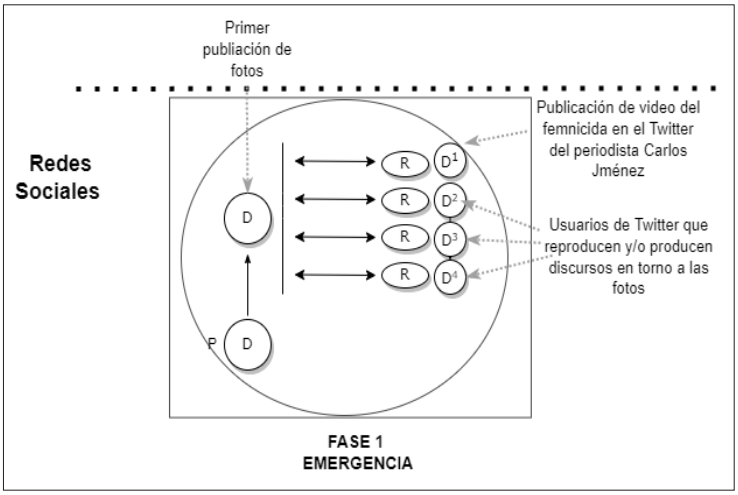
- Fase 1: Corresponde a la filtración de las fotos en redes sociodigitales del cuerpo de la víctima.
- Fase 2: La información se transmuta a la nota informativa a la prensa impresa.
- Subfase 1: La información que circula en redes sociodigitales corresponde a la filtración de las fotografías, al acto del feminicidio y a la publicación de las fotos en los diarios periodísticos. Es una subfase que deviene de la fase 1 ya que se interactúa en mayor medida con la información de la fase 1.
- Subfase 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. Mapeada con el programa Gephi.
- Fase 3: La reconfiguración del sentido de la circulación de la información se hace nota informativa en los medios de comunicación masiva.

En la subfase 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 continuación, vamos a desarrollar cualitativamente cómo fue el proceso de circulación de la información con base en el modelo de Carlón:

- **Fase 1:** Corresponde a la filtración de las fotos en redes sociodigitales del cuerpo de la víctima (Esquema 2). 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 la 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). El objetivo es observar las primeras interacciones que se establecen en una dirección horizontal[6].

Esquema 2. Filtración de las fotos en redes sociodigitales del cuerpo de la víctima



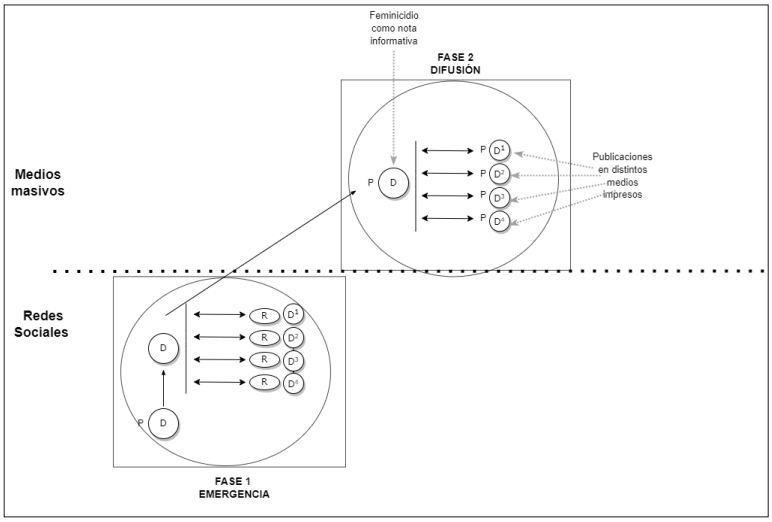
Fuente: elaboración propia basado en el modelo de Carlón (2016).

-

6 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.

- **Fase 2:** la red de interacción crece (Esquema 3). Ocurre una intervención *intrasistémica*, 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 sociodigitales (fotos y datos descriptivos e informativos del feminicidio). Cada medio reproduce un discurso distinto de acuerdo con cada editorial (*Pásala*, *Metro*, *La Prensa*).

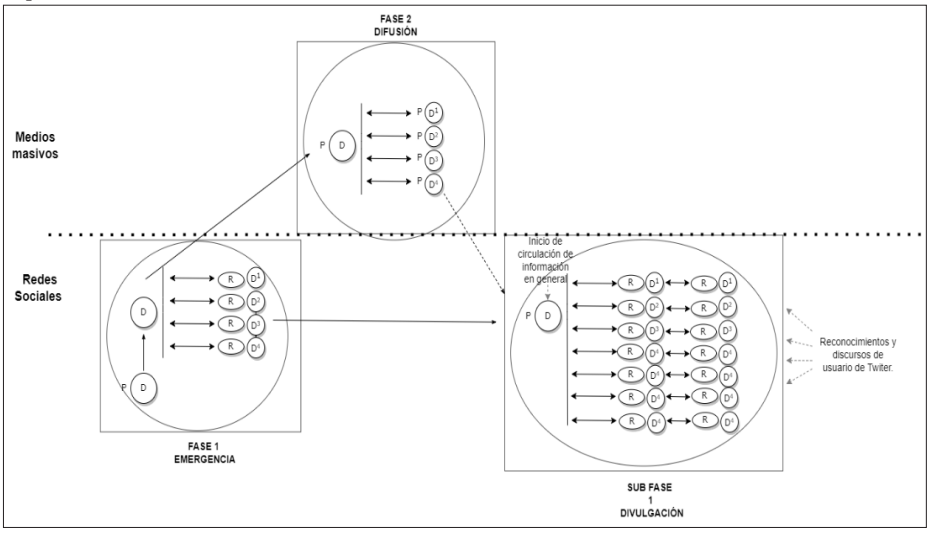
Esquema 3. Red de interacción I



Fuente: elaboración propia basado en el modelo de Carlón (2016).

- **Subfase 1**[7]**:** Ocurre una intervención *intersistémica* 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 subfase 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 las 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 (Esquema 4).

Esquema 4. Red de interacción II

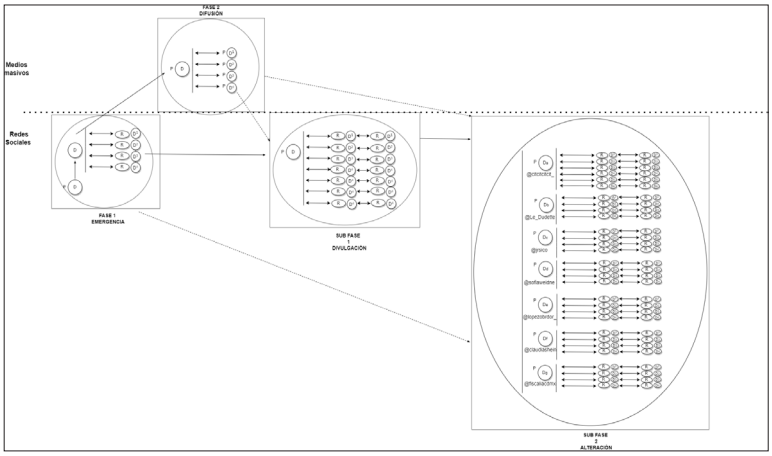


Fuente: elaboración propia basado en el modelo de Carlón (2016).

7 El proceso de circulación en la subfase 1 es completamente deductivo para fines prácticos de la investigación, 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.

- **Subfase 2:** Momento en el que cambia la representación de la víctima. *Tweet* de usuaria de Twitter @citcitcitcit_, del que parte el cambio de sentido de la circulación de las fotos, y que más usuarios de la red reconfiguran la circulación de la información previa. En esta subfase también ocurre una intervención *intersistémica* que deviene de la subfase 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 con relación al caso de feminicidio de Ingrid Escamilla (Esquema 5).

Esquema 5. Red de interacción III



Fuente: elaboración propia basado en el modelo de Carlón (2016).

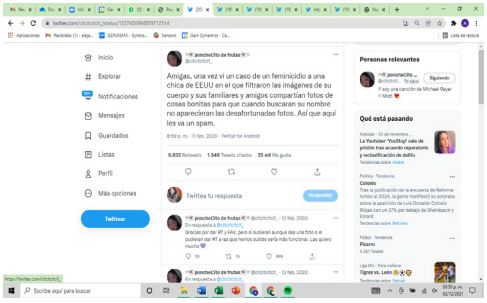
A partir del mapeo de interacciones realizado con Gephi, se identificaron los nodos con mayor circulación de información e interacción en relación con el caso durante los días 11 y 12 de febrero de 2020: @citcitcitcit, @La_Dudette, @sofiaweidner, @jrisco, @lopezobrador_, @Claudiashein y @FiscaliaCDMX. El nodo central y detonador del proceso fue @citcitcitcit_, una usuaria común cuyo *tweet* convocó a la comunidad de Twitter a publicar imágenes de "cosas bonitas" para que el nombre de Ingrid Escamilla no quedara asociado a las fotografías de su cuerpo mutilado, alcanzando más de 10 mil interacciones, 1.948 *retweets* y 35.500 me gusta. En torno a este nodo se articularon las demás interacciones: @La_Dudette, activista social con alta presencia en redes, publicó un *tweet* con fuerte contenido político y contexto explícito sobre los feminicidios en México; @sofiaweidner, ilustradora reconocida, compartió un retrato propio de Ingrid desde una perspectiva artística y de denuncia a la revictimización; y @jrisco, entonces periodista de *El Financiero* y *W Radio*, se

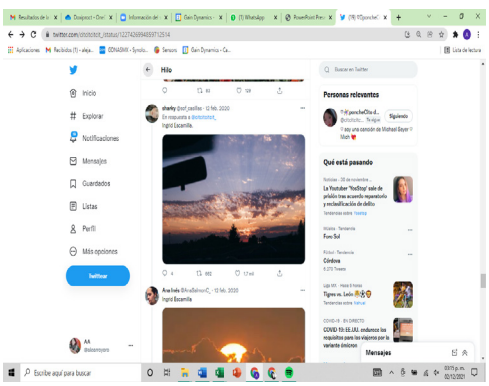
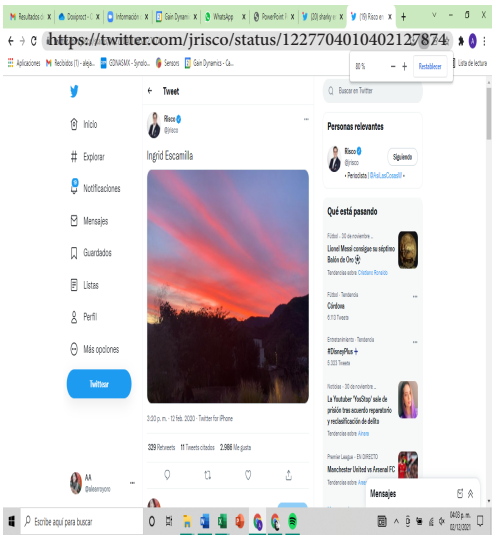
sumó a la dinámica publicando una fotografía del cielo junto al nombre de la víctima, lo que otorgó al movimiento visibilidad desde los medios de comunicación tradicionales.

Los hallazgos evidencian que no todos los nodos con alta circulación tuvieron relación directa con el tema en tendencia. El perfil de @lopezobrador_, presidente de México, registró una fuerte afluencia de interacciones los días 11 y 12 de febrero, pero exclusivamente en torno a un resumen de su conferencia matutina, sin ninguna declaración sobre el feminicidio. Este caso resulta significativo porque demuestra que la visibilidad en la plataforma no equivale necesariamente a participación en el acontecimiento central. En contraste, @Claudiashein, entonces jefa de gobierno de la Ciudad de México, sí emitió una declaración directa sobre el caso, condenando el feminicidio y proporcionando información sobre el proceso legal contra el feminicida, lo que la posicionó como un nodo institucional activo dentro de la tendencia.

Para el análisis de estos nodos se utilizaron las categorías de enunciador, enunciatario y lo enunciado, propuestas por Benveniste (1974), así como la tricotomía icono-índice-símbolo de Peirce (1986). Los perfiles analizados incluyen ciudadanas comunes, activistas, ilustradoras, periodistas y figuras políticas. Cada uno de estos actores operó desde una posición discursiva distinta: mientras algunas usuarias articularon mensajes a nivel icónico (publicando imágenes opuestas estéticamente a la violencia), otras lo hicieron a nivel simbólico, emitiendo opiniones que resignificaban el contexto social del feminicidio (a modo de ejemplo, Tabla 2).

Tabla 2. Ejemplos de análisis

Usuario / Productor	Función semiótica
@citcitcitcit_  https://twitter.com/citcitcitcit_/status/1227426994859712514	**Enunciador**: 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. **Enunciatario**: Sus seguidores, y en cadena, usuarios de Twitter. **Lo enunciado**: 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. 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 acontecimiento. 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”.

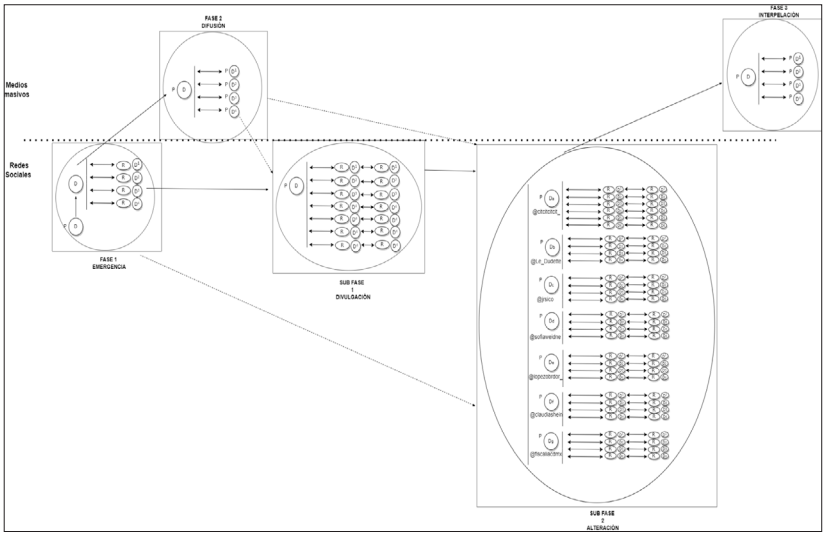
@sof_casillas  https://twitter.com/sof_casillas/status/1227655714140807170	**Enunciador:** Es una usuaria que se describe como feminista interseccional, el tema del feminicidio se relaciona con su posicionamiento social (feminista) **Enunciatario:** su gran número de seguidores afines al tema provocan que sus tweets tengan un alto nivel de interacción. **Lo enunciado:** 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.
@jrisco  https://twitter.com/jrisco/status/1227704010402127874	**Enunciador:** El usuario es un reconocido periodista y locutor de El Financiero y W Radio **Enunciatario:** Como líder de opinión, tiene un gran número de seguidores, interacciones y publicaciones de opiniones constantes de asuntos públicos en Twitter **Lo enunciado:** el usuario se unió a la dinámica propuesta por @citcitcitcit_ sin responder directamente a ella. Sin embargo, el 12 de febrero del 2020, su tweet destacó como el posicionamiento de un periodista frente la situación, que se relaciona significativamente con el llamado de @citcitcitcit_, pues únicamente utiliza el nombre de la víctima y una foto de un cielo, refiriendo metafóricamente la reivindicación de la imagen de la víctima. 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.

Fuente: elaboración propia.

Las interacciones de la subfase 2 se articularon en torno a dos variables principales: las funciones técnicas de la plataforma, que estructuraron las posibilidades de participación, y el contenido de las publicaciones, que combinó texto e imágenes con distintos grados de relación con la tendencia. El alto nivel de interacción de los nodos identificados respondió tanto al tipo de contenido publicado como al número de seguidores y a la posición pública de cada usuario dentro del ecosistema digital y social mexicano. Este proceso de circulación intersistémica, que involucró a usuarios individuales, líderes de opinión, medios de comunicación e instituciones, permitió que la tendencia #IngridEscamilla se constituyera no solo como un fenómeno informativo, sino como una acción colectiva de resignificación del nombre de la víctima.

- **Fase 3**: La reconfiguración del sentido de la circulación de la información se materializa en una nota informativa dentro los medios de comunicación masiva. Por segunda vez, ocurre una intervención *intrasistémica*, 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 (Esquema 6).

Esquema 6. Red de interacción IV



Fuente: elaboración propia basado en el modelo de Carlón (2016).

5. OPINIÓN PÚBLICA, INTERFACES Y CIRCULACIÓN DE SENTIDO

5.1. Hallazgos y reflexiones desde el caso #ingridescamilla

Un primer objetivo de la investigación fue, de manera general, entender cómo un tema puede convertirse en tendencia en Twitter, cuáles son las condiciones semióticas que lo permiten y cómo este proceso configura una nueva perspectiva de la opinión pública en un ecosistema mediático. Lo relevante del estudio radica en el análisis del modo en que un medio se comporta y se autorregula dentro de dicho ecosistema, así como en la forma en que se relaciona con otros medios. En este sentido, se examina cómo el proceso de configuración de la opinión pública se desarrolla en un entorno mediático donde coexisten distintos tipos de medios.

Como dice Scolari (2015), "los medios crean un ambiente que rodea al sujeto y modela su percepción y cognición" (pp. 29 y 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 sociodigitales.

De acuerdo con el análisis de caso realizado, 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 fotografías del cuerpo circularon de manera inmediata en las redes sociodigitales, lo cual hizo que las personas compartieran las imágenes, o bien, emitieran 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 *tweets* 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.

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.

Hay funciones específicas de la interfaz de Twitter que tienen un impacto importante 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 *tweets* 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 *tweet*, 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 continuamente se predispone interpretaciones sígnicas 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.

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 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 su objetivo 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 considerar la interfaz de Twitter como un dispositivo semiótico en el que, a partir de la intersubjetividad construida por los usuarios, se generan procesos de producción de sentido, en el caso del feminicidio de Ingrid Escamilla las funciones semióticas relevantes estuvieron dadas por recursos metafóricos y signos icónicos que posibilitaron una reconstrucción de su victimización. El contenido semántico emergente se configuró en oposición a la información circulante, con la intención de transformar lo "feo" en "bello" y lo "malo" en "bueno", lo cual se manifestó en las textualidades e imágenes producidas por los usuarios en un momento específico de la circulación de la información, en este caso, la subfase 2.

Esta resignificación del discurso en la red 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.

Si bien todo este proceso se desarrolla dentro de la red, los usuarios se encontraban inmersos en una situación social sensibilizada por temáticas de violencia contra la mujer, feminicidios e ideología feminista. Es fundamental considerar el contexto social en el que surgen los acontecimientos referidos en la red para comprender por qué ciertos temas se convierten en tendencia, ya que se trata de una variable que orienta 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 ofrece indicios sobre las dinámicas sociales de una determinada población (que esté en interacción en determinados momentos y espacios) pues a partir del direccionamiento de la circulación de la información[8] 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[9]. 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 sociodigitales o medios de comunicación.

Ahora bien, es importante destacar cómo 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, hablan y circulan en redes sociodigitales, tienen necesariamente un vínculo con las circunstancias del mundo empírico, de la realidad inmediata que es parcialmente representada y/o resignificada en las redes sociodigitales. Por ejemplo, en el caso analizado, todos los acontecimientos sucedidos el 10, 11 y 12 de febrero del 2020 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.

Una observación interesante que nos permite hacer este estudio es que la opinión pública se ha transformado en una interacción digital en las redes sociodigitales como un proceso de manifestación en un espacio virtual en donde convergen opiniones de hablantes, interacciones cibernéticas y representaciones mediáticas. Ha evolucionado hasta convertirse en una manifestación colectiva que carece de hablantes definidos pues la opinión se expresa principalmente a través de elementos referenciales (emoticones, *hashtags*, fotos,

8 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.

9 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.

InMediaciones de la Comunicación 2026 - VOL. 21 / Nº 1 - ISSN 1510-5091 - ISSN 1688-8626 (EN LÍNEA) - MONTEVIDEO (URUGUAY)

memes, etc.) que van formando tendencias, las cuales funcionan más como un reflejo estadístico que como una construcción argumentativa con juicios críticos, se puede cuestionar incluso si esas manifestaciones son orgánicas o resultados de estrategias tipo *bots*.

Esta transformación ha generado un fenómeno paradójico: "opinión sin opinión", mensajes que se replican y viralizan sin pasar necesariamente por un proceso de reflexión individual o debate genuino. Ello se debe a que la formación de sentido en las redes sociodigitales no depende exclusivamente de los usuarios, sino que está codeterminada por la interfaz de la plataforma misma. Hay fases del proceso comunicativo en las que son los usuarios quienes orientan la circulación de la información a partir de sus intenciones, posicionamientos y prácticas discursivas; pero hay otras fases en las que es la interfaz, con sus algoritmos, métricas de visibilidad y diseño específico, la que determina qué contenidos se amplifican, qué discursos se vuelven tendencia y cómo los propios usuarios perciben, interpretan y reaccionan ante la información. Estas tendencias digitales poseen un impacto significativo en la sociedad, ya que influyen en percepciones colectivas, decisiones políticas y dinámicas culturales. La estadística ha reemplazado al discurso tradicional, generando una opinión pública basada más en la recurrencia de menciones y reacciones que en la construcción de ideas sustentadas y deliberadas.

En este sentido, la opinión pública 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 consiste en juicios racionalizados que parten de conocimiento general, pero también de las expectativas y deseos de cada persona"[10], el proceso de configuración comunicacional de la opinión pública es lo que se ha transformado.

A continuación, se presenta el diagrama de Dominique Wolton para representar el proceso de configuración comunicacional de la opinión pública en donde aún no se contemplaban los medios digitales (Diagrama 1). 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.

10 Definición operativa realizada por la autora del artículo.

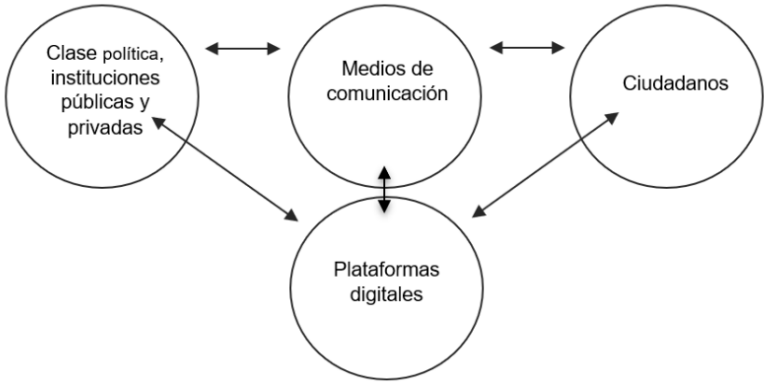
Diagrama 1. Configuración comunicacional



Fuente: elaboración propia basado en el modelo de comunicación política de Wolton (1995).

El siguiente diagrama se creó con base en el anterior tomando en cuenta la nueva variable del proceso: las plataformas digitales (Diagrama 2).

Diagrama 2. Configuración comunicacional con incorporación de plataformas digitales



Fuente: elaboración propia basado en el modelo de comunicación política de Wolton (1995).

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 el proceso comunicacional de la opinión pública, las plataformas digitales funcionan como un espacio y un canal a través del cual los usuarios, independientemente de su posición en la sociedad, pueden compartir información y expresar 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.

La opinión pública se configura dentro de un ecosistema de hipermediaciones, donde las redes sociodigitales y los medios masivos interactúan de manera constante. Según Scolari (2008), este entorno digital se caracteriza por la digitalización, reticularidad, hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, dando lugar a nuevas dinámicas de comunicación.

En este sentido, los ciudadanos no solo consumen información, sino que participan activamente en la producción y circulación a través de plataformas digitales. La opinión pública, por lo tanto, es un proceso hipermediatizado, donde los intercambios entre usuarios, dispositivos tecnológicos y medios tradicionales reconfiguran la manera en que se informa y se opina en la sociedad actual.

Si entendemos el 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, pp. 71), es claro cómo 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 sociodigitales, contribuyen a estructurar las relaciones comunicativas de una sociedad, y en consecuencia impactan en distintas dinámicas sociales como la política, la economía, etc., al hacer visible y público situaciones e información más allá de las instituciones sociales.

6. CONCLUSIONES

El análisis de esta investigación se enfocó en entender y describir cómo son los procesos de comunicación en Twitter considerando la plataforma como un espacio o privilegiado de manifestación de la opinión pública, ya que facilita la circulación de información entre los usuarios (que también son ciudadanos). 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. (s/p)

El estudio y el desarrollo de las teorías de análisis de redes, medios digitales y opinión pública abarcan un amplio espectro de vertientes de investigación por profundizar o, incluso, iniciar. La evolución del concepto y, sobre todo, del proceso de configuración de la opinión pública se ha producido a partir de la incorporación de dispositivos y plataformas digitales. La idea de que la opinión pública es ahora hipermediática constituye una vertiente que se necesita desarrollar; un posible camino de abordaje es la teoría de Scolari, ya que articula la teoría de interfaces, hipermediaciones y ecología de medios, conceptos que conciernen a la opinión pública actual.

El modelo de análisis de Carlón puede desarrollarse y potenciarse para dar una mirada más acertada a cómo se desarrolla el proceso de comunicación de distintos fenómenos mediáticos y/o en redes sociodigitales; los mapas realizados con Gephi resultaron funcionales para que el modelo de Carlón se aproximara de manera más precisa a una parte del proceso de circulación de la información, sin embargo será importante profundizar en la transición de los datos visualizados a la selección de los nodos a analizar, ya que puede resultar retador la discriminación de los mismos, viniendo de una inmensa red de datos.

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, 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.

Quedan algunas vertientes a modo de hipótesis para desarrollar y tener una mejor caracterización y acercamiento al estudio de plataformas digitales en el proceso de configuración comunicacional de la opinión pública:

- El diseño de las plataformas funciona como una dispositivo semiótico[11] 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 estas funciones y desarrollar estrategias de comunicación según sus objetivos.
- Siguiendo la teoría de Ecología de medios, estos evolucionan, y como piensa Carlón (2015), existe un fin o crisis de los medios masivos y se observa la emergencia de un nuevo sistema de mediatización. El proceso de construcción de la opinión pública 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 sociodigitales es esencial para el proceso de configuración de la opinión pública 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 opinión pública en determinando momentos y espacios. Ahora, se puede visualizar en tiempo real la opinión pública y como diría van Dijck (2016), en esta nueva configuración del sistema comunicacional se pasó de "una cultura participativa a una verdadera cultura de la conectividad" (p. 12).

11 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

REFERENCIAS

Arroyo, A. (2023). *La opinión pública en Twitter. Análisis semiótico de la configuración de una tendencia: caso #IngridEscamilla*. Tesis de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional Autónoma de México, México. https://tesiunamdocumentos.dgb.unam.mx/ptd2023/junio/0840228/Index.html

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*, (29), 69-82. https://doi.org/10.35659/designis.i29p69-82

Benveniste, E. (1974). *Problemas de lingüística general I* y II. Siglo XXI.

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. https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.4.7

Carlón, M. (2016). Apropiación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón. En Vidales, C. & E. Vizer (Eds.), *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*, (196), 4. https://doi.org/10.3406/colan

Carlón, M. (2020). *Circulación del sentido y construcción de colectivos: en una sociedad hipermediatizada*. Nueva Editorial Universitaria - UNSL.

CNN en español (2020). #IngridEscamillaFotos es tendencia en redes para recordar con cosas bonitas a la joven víctima de presunto feminicidio en México. *CNN en español*. https://cnnespanol.cnn.com/2020/02/13/ingridescamillafotos-es-tendencia-en-redes-para-recordar-con-cosas-bonitas-a-la-joven-victima-de-presunto-feminicidio-en-mexico/

Eco, U. (1974). *La estructura ausente*. Lumen.

El Financiero (2020). *Rinden homenaje en redes sociales a Ingrid Escamilla con imágenes de naturaleza*. *El Financiero*. https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/rinden-homenaje-en-redes-sociales-a-ingrid-escamilla-con-imagenes-de-naturaleza/

Gómez, L., Pino, J. F. & Lombana-Bermúdez, A. (2021). Twitter como espacio de democracia y desinformación. *Revista 100 días*. https://www.revistaciendiascinep.com/home/twitter-como-espacio-de-democracia-y-desinformacion/

Gutiérrez Miranda, M. (2017). Semiótica y tecnología: la interfaz icónica y el signo interactivo. *NSU*, (16). http://www.nosolousabilidad.com

Habermas, J. (1997). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Gustavo Gili.

Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. The Macmillan Company.

MacDougall, C. M. (1952). *Understanding public opinion.* The MacMillan Co.

Milenio Digital (2020). *Twitter se "inunda" de bellas fotos con el nombre de Ingrid Escamilla. Milenio Digital*. https://www.milenio.com/virales/ingrid-escamilla-invaden-twitter-fotos-bonitas

Monzón Arribas, C. (1987). *La opinión pública: teorías, concepto y métodos*. Tecnos

Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio*. Paidós Comunicación.

Peirce, C.S. (1986). *La ciencia de la semiótica*. Nueva Visión.

Rivadeneira, R. (1995). *La Opinión Pública, Análisis, Estructura y Métodos para su estudio*. Trillas.

Scolari, C. (2004). *Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Gedisa.

Scolari, C. (2015a). *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Gedisa.

Scolari, C. (2015b). Los ecos de McLuhan: ecología de los medios, semiótica e interfaces. *Palabra Clave*, *18*(3), 1025-1056. https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.4.4

Scolari, C. (2018). *Las leyes de la interfaz: diseño, ecología, evolución, tecnología*. Gedisa.

Scolari, C. (2019). ¿Cómo analizar una interfaz? https://www.researchgate.net/publication/330651740_Como_analizar_una_interfaz

Solorio, A. (2022). Ley Ingrid. ¿En qué consiste la ley que surgió tras el feminicidio de Ingrid Escamilla. *MVS Noticias*. https://mvsnoticias.com/nacional/2022/10/13/ley-ingrid-en-que-consiste-la-ley-que-surgio-tras-el-feminicidio-de-ingrid-escamilla-568476.html

van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI.

Verón, E. (1993). *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa.

Verón, E. (2014). Teoría de la mediatización: una perspectiva semio-antropológica. *CIC -Cuadernos de Información y Comunicación*, 20, 173-182. https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2015.v20.50682

Wolton, D. (1995). *La comunicación política: construcción de un modelo*. Gedisa.

* Contribución de autoría: la conceptualización y el desarrollo integral del artículo es obra de la autora.
* Nota: el Comité Académico de la revista aprobó la publicación del artículo.

* El conjunto de datos que apoya los resultados de este estudio no se encuentran disponibles para su uso público. Los datos de la investigación estarán disponibles para los revisores, si así lo requieren.

Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DE LA AUTORA

Alejandra Arroyo Rodríguez. Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Nacional Autónoma de México (México). Sus líneas de interés en el ámbito académico cruzan la semiótica de redes, los procesos de comunicación en nuevos medios y su impacto en las dinámicas sociales contemporáneas. Desde hace años realiza investigación de mercados.