



LA CREENCIA EN LAS IMÁGENES: MECANISMOS DE VERIFICACIÓN EN DISCURSOS HIPERMEDIATIZADOS

Paula Robledo

Centro de Estudios Avanzados, Facultad
de Ciencias Sociales (UNC) – CONICET
paula.robledo@mi.unc.edu.ar

Resumen

En el actual estado de hipermediatización en el que vivimos, las ideas que circulan socialmente en torno a *la verdad* cobran fuerza en el terreno de los discursos digitales. Este trabajo expone nociones teóricas de este proceso social, sobre todo a partir de la pandemia de COVID-19, para luego establecer algunos de los modos en los que los dispositivos tecnológicos participan en la construcción de los efectos de veracidad y, con ello, en la producción social del sentido. Mediante el análisis de una discusión que surge en redes sociales acerca del poder de las imágenes para producir *realidades*, proponemos una clave de lectura de los interrogantes acerca del alcance de la inteligencia artificial como productora de acontecimientos, abriendo camino a nuevos modos de pensar la realidad en la que se establecen los sistemas de valores de la sociedad.

Palabras clave: hipermediatización – discurso social – imágenes – streaming

Abstract

In the current state of hypermediatization in which we live, the ideas that circulate socially around the truth gain strength in the field of digital discourses. This work exposes theoretical notions of this social process, especially based on the COVID-19 pandemic, and then establishes some of the ways in which technological devices participate in the construction of the effects of truthfulness and, therefore, in the production of social meaning. Through the analysis of a discussion that arises in social networks about the power of images to produce realities, we propose a key to reading the questions about the scope of artificial intelligence as a producer of events, opening the way to new ways of thinking about reality in which society's value systems are established.

Keywords: hypermediatization – social discourse – images – streaming

¿Cómo es posible captar de modo confiable y verdadero la realidad externa (e interna), si apenas contamos con nuestros falibles y frágiles signos humanos para esa tarea?

(Andacht, 2017, p. 4)

Introducción

En el actual período de hipermediatización en el que vivimos, y, más aún a partir de la irrupción de la pandemia del COVID-19, los modos de ser y estar en este mundo se vieron atravesados por materialidades digitales, por nuevas plataformas como soporte y por internet como vía de circulación. Una vez decretado el final de la pandemia por parte de la Organización Mundial de la Salud, seguimos intentando arrojar luz sobre los efectos de la creciente irrupción de las pantallas y la interacción mediada por dispositivos que llegaron para quedarse proponiendo nuevas lógicas dentro del campo discursivo y de la disputa por los sentidos. Creemos que, desde la sociosemiótica, particularmente desde las investigaciones llevadas a cabo en el proyecto “Sujetos y políticas de vida en los discursos hipermediáticos contemporáneos (2023-2027)”¹ podemos acercarnos a comprender, teórica y analíticamente, los modos de vida, los modos de hacer sociedad que la misma discursividad social produce, distinguiendo los mecanismos que organizan lo visible y lo enunciable en estas condiciones sociales de producción.

Los distintos fenómenos que hoy ocurren en redes sociales y plataformas son producto de diversos factores sociales que se gestan en el devenir de la sociedad, relacionados con el desarrollo de los medios de comunicación, la Internet y el avance de las tecnologías de la información y la comunicación. Estos fenómenos se potenciaron a partir de la pandemia que atravesó al mundo, dándoles visibilidad y, por ende, particular interés en el estudio de las prácticas sociales que con ellos se modificaron.

La circulación de los discursos es, en este momento, cada vez más acelerada y multicanal, pero no debemos alejarnos de la idea central: es cualidad del ser humano mediar con distintos dispositivos sus prácticas sociales. Que el efecto del uso de los *smartphones* sea interpretado de forma cada vez más apocalíptica o esperanzada es –quizás según la generación a la que se pertenezca– prácticamente inevitable. La circulación y sus efectos suceden bajo las lógicas de la globalización y del capitalismo en términos de mercado, pero también bajo los términos de producción de sentido de sociabilidad y de la configuración de ideas de mundo.

El presente trabajo tiene por objetivo dar cuenta de nuevos interrogantes que se plantean acerca de *la verdad*, en relación a *la realidad* que constituyen los discursos digitales de internet. Nos proponemos comprender las prácticas discursivas evidenciadas por algunos modelos predominantes de significación en materialidades audiovisuales propias de las redes sociales y de plataformas de interacción mediáticas, principalmente desde el funcionamiento signico de las imágenes producidas con inteligencia artificial. Consideramos que esas prácticas ocupan un lugar central en la contemporaneidad y su constante actualización

¹ Proyecto de Investigación CONSOLIDAR de SeCyT dirigido por Sandra Savoini. Programa Discursos Sociales. Centro de Estudios Avanzados, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba. Res. HCS/UNC no. 258/2023.

conforma la trama de la semiosis que posibilita la incesante circulación de discursos, que habilitan –a su vez– la construcción de relatos y otorgan a las imágenes fijas y móviles instrumentos de ejercicio de *poder* sobre los sentidos de la sociedad.

Hipermediatización

La noción de mediatización ha sido desarrollada por Eliseo Verón (1987a), como un proceso histórico de socialidad que se inscribe *en* la semiosis. Dicho concepto permite dar cuenta de un estado de las prácticas socioculturales en relación a los fenómenos mediáticos que le son característicos y, a su vez, en función de las condiciones de producción, circulación y recepción del sentido. Para llegar al actual estado de mediatización, debemos volver al momento inaugural de este proceso, que Verón (2001 [1984]) refiere como aquel iniciado con la prensa escrita y a partir del que los medios se instalaron en la vida social. Progresivamente, adquirieron importancia otros dispositivos como la fotografía, el cine, la radio y la televisión a través de una lógica representacional. La discursividad comunicacional de los medios masivos funcionaba, en ese momento, a modo de “espejo” de la realidad social.

Cada medio analógico que surgía, para Friedrich Krotz (2022), lo hacía en distintos momentos históricos con distintas lógicas, estéticas y modos de funcionamiento y con una serie de técnicas específicas que “estaba dirigida a percepciones sensoriales específicas” (p. 229). A este momento mediático Verón lo define como el de las “sociedades mediáticas”. Las “sociedades mediatizadas”, en cambio, son aquellas donde los medios se integran y comienzan a producir sentido. Para Verón “la mediatización es solamente el nombre para la larga secuencia histórica de fenómenos mediáticos institucionalizados en las sociedades humanas y sus múltiples consecuencias” (2015, p. 175). Lucrecia Escudero y Guillermo Olivera consideran que “el término mediatización describe, entonces no solo un estado de época, sino un pasaje técnico-cultural” (2022, p. 10). Es decir, entendiendo la mediatización como un proceso, podemos dar cuenta de los cambios de los *medios*, y de sus *efectos en la sociedad*. Efectos que, desde la perspectiva semiótica, entendemos que aparecen materializados en nuevos discursos.

¿A qué nos referimos cuando hablamos de *hipermediatización*? Para Mario Carlón “las sociedades devienen hipermediatizadas a partir del momento en que cuentan con más de un sistema mediático” (2022 p. 256). La hipermediatización es, entonces, el proceso que se da a partir del estallido de internet y el surgimiento de los multimedios. “El calificativo de ‘hiper’ aludiría entonces no sólo a una ‘vuelta de tuerca’ más en el proceso de la mediatización, sino también al carácter planetario de dicho proceso” (Verón, 1997, p. 10).

En su texto *Historia de los medios / Historia de la mediatización: el papel de Eliseo Verón* (2019), Oscar Traversa define a la mediatización “como los productos de la capacidad semiótica del *Homo sapiens*, manifiestos en la exteriorización de los fenómenos mentales a través de diferentes organizaciones materiales o energéticas al alcance de la percepción (dispositivos)” (p. 20).

La *capacidad* semiótica nos permite establecer un marco de producción del sentido bajo lógicas de distribución del poder que establecen los discursos sociales, entendidos como



“todo lo que se dice y se escribe en un estado de sociedad, todo lo que se imprime, todo lo que se habla públicamente o se representa hoy en medios electrónicos” (Angenot, 2010, p. 21). Hablar de *percepción* y no simplemente de *dispositivos*, nos asegura no “asumir que la mediatización es sólo la puesta en juego de un recurso tecnológico” o “asumir que es suficiente conocer el recurso o medio implicado, para conocer su efecto” (Cingolani, 2014, p. 13). Advertencia crucial para no caer en planteos éticos o valorativos sobre el uso de los dispositivos, sino para puntualizar el análisis en las prácticas sociales y sus configuraciones discursivas en los medios de comunicación en un momento social particular, puesto que los medios son soportes de sentido, son materialidad significativa a uso y disposición de la sociedad en un tiempo determinado (Cingolani, 2015).

Las organizaciones materiales o energéticas ocupan gran parte de este artículo porque las consideramos un elemento determinante de las gramáticas y condiciones sociales de producción de sentido. Nos encontramos ante un momento de desarrollo y emergencia – cada vez de modo más acelerado– de dispositivos tecnológicos mediáticos acompañados de procesos de mediatización que, en consecuencia, sufren cambios sustanciales. Mario Carlón considera necesario el estudio de las transformaciones sociales de las últimas décadas, ya que nos encontramos en una “progresiva mediatización de la vida social” (2020a, p. 160). El autor propone focalizarse en los estudios de la “circulación del sentido (...) superando límites que caracterizan a los estudios en reconocimiento y en producción” (Carlón, 2019, p. 41). La importancia de los estudios en circulación radica, según este autor, en la digitalización de los discursos, cualidad que abarca no solo a los llamados *nuevos medios* –como las redes sociales y plataformas digitales–, sino también a los medios masivos de comunicación. La digitalización aporta un aspecto significativo en la disminución de la invisibilidad de la circulación de sentido a través de la “materialización” (Carlón, 2022) de los discursos.

La publicidad de lo íntimo y la modificación del tiempo

Con el inicio de la pandemia de COVID-19 en 2020, y la implementación del aislamiento social preventivo y obligatorio (ASPO) en la Argentina, la comunicación mediada por internet y la necesidad de sostener los lazos sociales, potenciaron el uso de dispositivos y canales de comunicación privados, redes sociales y plataformas para transmisiones en vivo como *YouTube Live*, *Facebook Live* y *Twitch*. Incluso, el incremento abrupto en el consumo de formatos audiovisuales cortos potenciados por la red social *TikTok* y su variante occidental, *reels* de *Instagram*. Estos videos priorizaron estéticas *homemade* de situaciones anecdóticas, *lip syncs*², coreografías y *sketches*, entre otros formatos. Los discursos que circulaban en redes sociales evidenciaban una aceptación (o resignación) de la exposición de espacios privados como parte de la puesta en escena, y no sólo en redes sociales: radios con transmisión por *streaming* o programas de televisión –desde informativos hasta de entretenimiento–, aceptaban *dar a ver* a sus conductores *desde casa*. La cotidianeidad de las reuniones laborales, o distintos encuentros sociales, como los *zoompleaños*³, ocurrían en las pantallas en un plano

² Sincronicidad en el movimiento de labios respecto a –generalmente– letras de canciones. También es conocido como *playback*.

³ *Zoompleaños* se llamaba a la celebración de los cumpleaños a través de la plataforma de reuniones virtuales *Zoom* durante el ASPO.

múltiple, compuesto por distintos escenarios antes relegados a la intimidad. En este sentido, a pocos días de declarada la cuarentena obligatoria en Argentina, Mario Carlón en *El virus no vino solo* (2020b, párr. 10) anticipaba, por un lado, un cambio en “la relación entre lo público, lo privado y lo íntimo”, relación que hasta hoy se sostiene y se percibe en muchas de las estéticas de los discursos que circulan en redes sociales. Por otro lado, planteaba que “la cuarentena parece favorecer uno de los desarrollos principales de las últimas décadas de la mediatización, que es el privilegio de las prácticas hogareñas” (2020b, párr. 9).

Presenciábamos, en ese momento, una expansión social de las imágenes que hasta entonces eran compartidas de manera interpersonal, familiar o en ámbitos íntimos, o cuya producción hubiera requerido mayor elaboración para su puesta en escena. Sin embargo, hacer públicos los espacios privados no era novedoso ni único en la historia: “la era de la Fotografía corresponde precisamente a la irrupción de lo privado en lo público, o más bien a la creación de un nuevo valor social como es la publicidad de lo privado...” (Barthes, 1994 p. 150). Aquel valor social al que hace referencia el autor, se encontraba en este momento circulando en crecientes flujos y por diversos dispositivos.

Este suceso hipermediático surge, entonces, a partir de dos factores determinantes: por las posibilidades de la imagen técnica –la de la fotografía en un primer momento–, y por la *materialización* –en términos de organización energética, como refiere Traversa (2019)–, y por la *digitalización* mencionada por Carlón (2022), producto del avance de los dispositivos tecnológicos de producción y reproducción. Estos dispositivos permiten *modelar* la materialidad, ofrecen herramientas para producir imágenes –fijas o en movimiento– y audio, que se pueden conservar, modificar, reproducir, hacer circular, ocultar, eliminar, etc.; o bien utilizar el dispositivo como aparato receptor y repetir cualquiera de estas operaciones. La producción de estos discursos actualiza la semiosis, haciéndola crecer y se dispone a una circulación constante. Cuando decimos *constante*, hablamos principalmente de un tiempo continuo, porque a la publicidad de lo íntimo se le sumaba un factor clave en relación a lo que las medidas de aislamiento social producían: una variación en la percepción y uso del *tiempo*. Algunas plataformas proponían horas de contenido ininterrumpido. Más allá de las conocidas de contenido *on demand*, como *Netflix*, *Max*, *Star+*, etc., se encontraban otras que pueden ser un claro ejemplo de cómo lo íntimo, en un tiempo sostenido, cobraba gran popularidad, como es el caso de *Twitch*.

Twitch es una plataforma que se organiza a partir de un sistema de canales, donde los *streamers*, o creadores de contenido, pueden realizar transmisiones de video en directo en cualquier momento del día y sin límite de tiempo, los espectadores pueden acceder de forma gratuita a través de la *app*, tener una participación activa a través de un chat en simultáneo y, de forma voluntaria, hacer donaciones de dinero o volverse suscriptores mensuales pagos, y así obtener ciertos beneficios dentro del canal. Originalmente fue una plataforma de retransmisión de videojuegos, pero, sin dejar esto de lado, incorporó luego una variedad de formatos.

Twitch surge como plataforma abierta en 2011, y en 2020, en el marco histórico antes descrito, alcanza su auge. En aquel momento ya contaba con un gran número de usuarios, pero a partir de las medidas de aislamiento sanitario estos valores se incrementan notablemente en horas de visualización –presenta entre abril y junio de 2020 un total de cinco

mil millones de horas vistas—. En la Argentina, el 21 de diciembre de ese año, la transmisión de los *Coscu Army Awards 2020*, del canal de *Twitch* de Coscu⁴, con una duración de algo más de seis horas, batió el récord latinoamericano con más de cuatrocientos mil usuarios viendo una misma transmisión en vivo, y se posicionó en ese momento como una de las diez más vistas en toda la plataforma. Esta premiación se realiza ininterrumpidamente desde 2018 y consiste en un evento masivo⁵ transmitido por *Twitch* desde un espacio público con presencia, principalmente, de *streamers* y artistas —pertenecientes a la llamada *escend*⁶—, en el que se premia a *los streamers del año*.

Estas largas transmisiones en vivo *desde casa*, en cuanto se decretó la finalización del ASPO, encontró formatos de lo más creativos: gente cenando y reseñando lugares gastronómicos, *streamers* yendo a parques de diversiones, transmitiendo veinticuatro horas desde el Obelisco, competencias de boxeo, juegos de fútbol entre creadores de contenido, etc. Entonces, se incrementaron las propuestas de discursos hipermediatizados, puesto que su producción, posibilitada por la técnica, se democratizó.

La preocupación de “Luquitas” Rodríguez

El conductor, músico y actor Mex Urtizberea lleva adelante en *YouTube* el *Ciclo ¡FA!*, un encuentro de “Música, charlas, amigxs, y mucha tertulia”, como lo define en su canal. Este encuentro reúne, desde 2022, a distintos personajes de la cultura argentina en la casa del conductor, donde conversan a partir de consignas, debaten y producen música.

En el encuentro estrenado el 28 de mayo de 2023, bajo el título “Internet”, se encontraban presentes Natalie Pérez, BM, Paulina Cocina, Santiago Motorizado, Julieta Schulkin, Julio Leiva, Jorge Pinarello, Pato Smink, Pablo Granados, Rep, Nina León, Lito Vitale, Juariu, Damián Kuc, Diego Golombek, Gabriel Rolón y Luquitas Rodríguez, entre otros. Los dos últimos fueron protagonistas de un intercambio con posterior repercusión en la red social X. Gabriel Rolón es un psicoanalista y divulgador conocido por ser dupla del conductor del programa radial *La venganza será terrible*, Alejandro Dolina. Ha publicado múltiples libros, algunos han sido llevados a la ficción televisiva. Por otro lado, Lucas Rodríguez es actor, comediante, conductor y *streamer*. Empezó su carrera con videos humorísticos que circulaban en *Instagram* y *YouTube*, y es uno de los creadores de contenido que migra⁷ durante el ASPO a *Twitch*, a partir de la realización de transmisiones en vivo en las que hablaba de fútbol, de cine y de diversos temas cotidianos con gran éxito. En 2021 fue

⁴ El canal pertenece al *streamer* Martín “Coscu” Pérez Di Salvo.

⁵ En diciembre de 2020, en la Argentina estaban habilitados los eventos sociales con protocolo de aforo reducido y distanciamiento, por lo que el evento se realizó con público presente.

⁶ La *escena* es un término usado entre los *streamers* para referirse al universo de *Twitch*: personas que realizan transmisiones, artistas allegados a ellos, deportistas, etcétera.

⁷ Durante la pandemia se produce una “migración digital”. En la Argentina, se sumaron a *Twitch*, creadores de contenido de otras plataformas (como *youtubers* e *influencers*), músicos —principalmente de *trap* y *freestyle*—, bailarines, comediantes, deportistas, conductores de televisión, periodistas y profesionales de distintas disciplinas que, por el cierre de los espacios físicos, encontraban en *Twitch* un dispositivo que les permitía continuar con las interacciones sociales y, con ello, trasladar y sostener sus comunidades, adaptándose a las estrategias de la plataforma y contribuyendo a sus procesos de cambio.

premiado en los *Coscu Army Awards* como el mejor *streamer* de IRL⁸. Actualmente, la radio *Vortexix* tiene en su grilla un programa conducido por Luquitas llamado “Paren la Mano”.

Durante la emisión de *¡FA!*, se planteó el debate acerca de la inteligencia artificial, se mencionó como ejemplo las imágenes del Papa Francisco usando trajes futuristas que en ese momento habían generado gran revuelo y nos habían puesto a dudar acerca del alcance de la representación que estas imágenes podían lograr. “Luquitas” se sumó a la discusión y planteó su intervención en términos de preocupación:

Tengo una preocupación concretísima, que es la idea de generar verdad, de crear realidad y que el ser humano no pueda distinguir si esa realidad es cierta o no. Si no tenés la capacidad humana para discernir, si el video que estás viendo, si lo que estás escuchando es real o no, yo creo que eso deja de ser mentira y pasa a ser una realidad bis (...). Porque alguien puede decir, bueno, un diario agarra un relato y lo tuerce y genera una nueva realidad, pero para mí esto es distinto porque esto es como si el diario tuviese la capacidad de inventar esa realidad, y es algo para mí, peligroso, por lo menos peligroso. (YouTube, 28/05/2023, minuto 45.04).

El psicoanalista interrumpió este comentario con la intención de refutarlo, con el argumento de que lo que “Luquitas” describía era una práctica habitual que sucedía desde hace tiempo con los diarios, referenciando su propia experiencia:

Yo fui un adolescente de la dictadura y años después me enteré que todo lo que había leído era mentira. Donde decía enfrentamiento era fusilamiento, por ejemplo, y me di cuenta de cómo me había dejado manipular muchas veces y había creído una realidad paralela, dije: a mí esto no me puede pasar más, yo no voy a comprar más la realidad que alguien me muestre, voy a tratar de percibirla como es. (YouTube, 28/05/2023, minuto 46.54)

La conversación continuó con intercambios por parte de los demás participantes de la mesa, en donde aparecieron otros tópicos como la creencia en los relatos, el uso de la voz de algún artista, recreada con inteligencia artificial para generar nuevas canciones, etc. El recorte que nos interesa analíticamente es el momento del cruce entre Rodríguez y Rolón, puesto que a raíz de una publicación en la red social X se desata una polémica.

El usuario *@bagovcatolico* publicó un recorte del programa, acompañado de un texto que hace referencia al gran escritor de ciencia ficción y realidades distópicas, Philip K. Dick:

⁸ Género de *Twitch* que consiste en conversaciones individuales o grupales. Originalmente, el término proviene de *in real life* (“en la vida real”).





Imagen 1. Captura de X. Fuente: cuenta de @hagovcatolico Plataforma X (17/01/2024)

En este *tweet*, distintos usuarios dieron su opinión y tomaron partido por uno u otro, tratando de profundizar en la discusión sobre el rol de los diarios y la potencialidad de la inteligencia artificial. Si bien la trascendencia y el desencadenante de la circulación de este discurso fue, en términos generales, establecer una rivalidad entre el *streamer* y el psicoanalista, creemos que de la genuina preocupación de “Luquitas” Rodríguez podemos intentar desentrañar la lógica que opera respecto a la idea de *verdad* en las imágenes hipermediatizadas. Recuperamos algunos comentarios para dar cuenta de los argumentos puestos en juego. El usuario @JovenSpinetta comentó:

Por dios está muy bien explicado lo de Luqui. La diferencia es que el diario puede mentir y así crear una “realidad”. Una IA puede INVENTAR una nueva realidad a través de un vídeo o un audio que pueden parecer genuinos y no lo son. Qué pesado Rolón hermano. (X, 17/01/2024)

Por otro lado, el usuario @martinenelpinar opinó:

Pero tiene razón Rolón. ¿Por qué la IA es superior a modificar la verdad si toda la vida es así? Relatos. Medias verdades. No porque venga la IA se verá algo extraordinario sino un leve cambio en los modos. El tema que admitirlo es suponer que creemos en ese relato y nos manipulan. (X, 17/01/2024)

Retomando la definición de Oscar Traversa (2019) sobre la mediatización, luego de haber pensado en la particularidad de las imágenes de publicidad de lo íntimo, tomaremos como premisa para el análisis la diferencia de la que habla el primer *tweet* y el “leve cambio en los modos” que menciona el segundo.

Sistemas de verificación en la imagen

Tal como expusimos anteriormente, nos encontramos, postpandemia de COVID-19, ante un avance de discursos con materialidad recuperable, materialidad digital que se resignifica *entre* plataformas, como vemos con el *tweet* de @bagovcatólico, donde la discusión se traslada a otro medio de comunicación. Entre estos discursos encontramos circulación con gran preponderancia, de imágenes fijas o móviles.

En el caso analizado, se hace alusión a la cuestión de la *invención* de la realidad por parte de los diarios y a una *invención distinta* por parte de la inteligencia artificial. ¿A qué se refieren con *distinto*? ¿Por qué un usuario dice que se trata de un leve cambio en los modos? Creemos que se puede esbozar una posible respuesta a partir de la lectura de los efectos de sentido que producen las imágenes y sonidos que son realizados por una inteligencia artificial. Por un lado, está el tipo de funcionamiento *sígnico*, y por otro, una tradición interpretativa del tipo de signo al que remite. Nos referimos al funcionamiento icónico en el primer caso y al indicial en el segundo. Entonces, los efectos de sentido son producto de la interpretación que se hace de la imagen proveniente de una inteligencia artificial, que se ubica como *representamen*⁹.

Eliseo Verón, en *Construir el acontecimiento* (1987b), propone una definición para la naturaleza ontológica de la “actualidad en devenir”, aquella relacionada a la operación de los medios de comunicación que, por supuesto, es, desde esta perspectiva, discursiva y le otorga el estatuto de *producto*: “Los medios no ‘copian’ nada (más o menos bien o más o menos mal): *producen realidad social*” (p. 26). Reconociendo su constitución productiva, busca derribar la idea de *simulacro* de la realidad, la idea de copia –o de *realidad paralela* a la que hacía referencia Gabriel Rolón–, para pensar en ella como un proceso de producción de sentido, es decir un proceso *de y en* la semiosis, como experiencia colectiva, social y no como un algo que representa un *original*. Creemos en la *realidad* de un acontecimiento relatado por los medios de comunicación porque creemos en los discursos, porque estamos inmersos en la semiosis y constituidos subjetivamente de forma discursiva:

Si damos crédito es porque *algún* discurso ha engendrado en nosotros la creencia y en él hemos depositado nuestra confianza. La confianza se apoya en el siguiente mecanismo: el discurso en el que creemos es aquel cuyas descripciones postulamos como las más próximas a las descripciones que nosotros mismos hubiéramos hecho del acontecimiento, si hubiéramos tenido de éste una “experiencia directa”. (Verón, 1987b, p. 26)

La misma semiosis propone algunos instrumentos que refuerzan esas *creencias*, a través de lógicas de *verificación* que perpetúan nuestra fe. El acto de confiar en un discurso ocurre a través de nuestra percepción y en un constante reenvío a mecanismos que siguen otorgando veracidad al hecho construido. En la era de las imágenes hipermediáticas, la confianza en

⁹ Nos referimos a la función *sígnica* en tanto el representamen es “Una ‘cualidad material’ que está en lugar de otra cosa, su objeto...” (Vitale, 2002, pp. 10-11). En este sentido, pensamos la noción de *verdad* como una construcción *sígnica* –representacional– de lo que se considera *la realidad*.

ellas también radica en el modo en que *imaginanzan* a su objeto, y del mismo modo cuentan con otros elementos en los que confiamos previamente, aun antes de cruzarnos con cualquier imagen particular y que *verifican* esas imágenes. Podemos decir que a la materialización discursiva de la era digital se le suman mecanismos que certifican perceptivamente que una imagen se *corresponde con la realidad*, mecanismos que ya se encuentran, de cierto modo, reconocidos socialmente.

¿A qué nos referimos con mecanismos de verificación? Serían algo así como distintos acuerdos sociales respecto a determinados rasgos de los discursos que circulan en dispositivos tecnológicos, a partir de los cuales consideramos más o menos *verdaderos* esos discursos. Es decir, estos mecanismos se constituyen en herramientas del sistema de creencias a partir de los efectos de producción de sentido. Por ejemplo: una tilde enmarcada en un círculo azul de bordes irregulares, ubicada junto al nombre de usuario en una cuenta de *Instagram* o *X* significa que ese usuario está *verificado*¹⁰. Ver un usuario verificado, es ver una cuenta *confiable* —no es un *bot*¹¹, no es alguien suplantando a otra persona—. Sabemos que esa verificación es otorgada por la plataforma o red social y que obtenerla no es algo sencillo ni al alcance de cualquier usuario¹², entonces el efecto en quien lo ve es el de la certeza de que ese usuario corresponde a una *persona real*, que remite a una existencia humana, al sujeto *por fuera* de la pantalla.

Existen otros mecanismos de verificación, quizás no tan evidentes, que son producto del efecto *sígnico*. Nos interesa profundizar sobre un tipo de imágenes hipermediatizadas y sus mecanismos de verificación: las *capturas de pantalla*. Cada dispositivo que utilice pantallas y tenga la posibilidad de captura, posee un mecanismo propio para hacerlo: una tecla en las computadoras, presionando un botón, dos botones en simultáneo o incluso presionando la pantalla misma de algún modo en particular en el caso de los *smartphones*. Hasta existen *softwares* que permiten seleccionar áreas particulares de la pantalla a capturar, o realizar la edición en el momento entre el *screen* y el almacenado. Respecto al contenido, se realizan capturas de audiovisuales de ficción, de noticieros, de imágenes estáticas, de fotografías, de textos, de conversaciones privadas, de videos provenientes de redes sociales, de videoclips, es decir, de cualquier tipo de imagen que posea la capacidad de ser reproducible en una pantalla.

A menudo, las capturas de pantalla nos aseguran guardar una imagen —en términos de información— para uso personal, es decir, sin la necesidad de compartirla o hacerla pública. También, una captura de pantalla puede funcionar como *prueba* de que algo efectivamente sucedió, como una conversación virtual por *WhatsApp*, por ejemplo, que se conserva o comparte por temor a que sea eliminada por una de las partes o que sea modificada. Una captura de pantalla puede actualizar, algorítmicamente hablando, alguna publicación realizada tiempo atrás, como el caso de las capturas de los perfiles en *X* de personas reconocidas o figuras públicas, en donde *tweets* del pasado, en modo de imagen fija no interactiva,

¹⁰ Operativamente hablando, las plataformas exigen la declaración de algunos datos personales a los usuarios y, dependiendo de la cantidad y tipo de interacción que la cuenta posea, se otorga la verificación.

¹¹ Entendemos por *bot* al uso en redes sociales de *softwares* para generar respuestas automáticas, generalmente bajo nombres de usuario que remiten a personas.

¹² Recientemente esto fue puesto en duda cuando Elon Musk, propietario de *X*, habilitó la posibilidad de pagar para obtener la verificación.



comienzan a circular trayendo al aquí y ahora comentarios o dichos de otro momento, para ser leídos desde condiciones de producción totalmente distintas y replicadas por millones de usuarios de internet repartidos en distintas plataformas, afirmando que *esto ha sido dicho, esto ha sido intencionalmente de carácter público*; o simplemente para referenciar en una publicación de X una discusión que inicia en *YouTube*, que a su vez será capturada para referenciar este artículo.

La captura de pantalla aparece trastocando el tiempo, al actualizar discursivamente un acontecimiento sucedido en alguna materialidad digital (o digitalizado *a posteriori*). Lo que nos interesa en relación a su mecanismo de verificación, retomando la definición de Traversa (2019), son las organizaciones materiales al alcance de la percepción. No se trata solo de la percepción vehiculizada por dispositivos, sino también de la percepción *del* dispositivo. Es decir, en la materialidad del sentido se imprime la percepción del aparato generador de producción, circulación y recepción, una huella funcional que opera de mecanismo verificador.

La cualidad signica de este tipo de imágenes, se encuentra entonces en el funcionamiento del mismo dispositivo y en el conocimiento que se tiene sobre él: sabemos que una imagen, para que sea una captura de pantalla, debe haber estado, efectivamente, en una pantalla. Podríamos decir que es necesario que exista un *referente capturable*, “no la cosa *facultativamente* real a la que remite una imagen o un signo, sino a la cosa *necesariamente* real que ha sido colocada ante el objetivo y sin el cual no habría fotografía” (Barthes, 1994, p. 136). En esta definición del referente fotográfico de Barthes, podemos interpretar que el procedimiento de verificación tiene, en el caso de las capturas, el mismo funcionamiento: se trata de una cosa necesariamente real, de naturaleza digital, reproducible en una pantalla, sin la que no habría captura. Es decir que la captura de pantalla tiene el mismo funcionamiento indicial que la fotografía, aquel que Rosalind Krauss (1996) describe como: “Su poder responde a su identidad como índice y su significado reside en las modalidades de identificación que se asocian a lo Imaginario” (1996, p. 217). El poder al que se refiere la autora estaría, en este caso, implícito en el acuerdo social establecido respecto al proceso técnico de captura de pantalla: *alguien* efectivamente debe dar la orden al dispositivo técnico para realizar la captura y *algo* al que representa debe haber existido en ese mismo instante como objeto capturable en la pantalla, y eso es una certeza.

¿Cuál sería el efecto de sentido de la certeza que tenemos de estas imágenes? Encontramos un constante reenvío al referente capturado, que actúa como interpretante de la captura, independientemente de quién (sujeto empírico) la lleve a cabo. El propio signo (captura) contiene elementos discernibles que son propios del dispositivo, como los fondos o la configuración de la interfaz de las redes sociales, que lo ligan directamente con el aparato técnico. Del mismo modo sucede con las *transmisiones en vivo*, ya sea en *Twitch*, en *Instagram*, en *YouTube* o en *TikTok*. Cambian los indicadores de verificación dependiendo del dispositivo técnico o del medio en el que los discursos son producidos-reproducidos, pero hay en materialidad del objeto (o sujeto) frente a la cámara, una fuerte punción indicial, aun cuando la transmisión se haya convertido en discurso archivado y disponible.

Las plataformas de *streaming* permiten almacenar aquel acontecimiento en directo para ser visualizado, posteriormente *on demand*. En esta posibilidad de *hacer* con la imagen técnica,

aparece la misma lógica que en las capturas de pantalla. Se puede actualizar el pasado en el instante en el que se define un presente: el video en directo puede leerse como un *aquí y ahora* y como un *mañana* ante la certeza de que es posible acceder en su condición de archivo; otra lectura es considerar el momento de la visualización *on demand* como un *presente* y como algo del *pasado* a la transmisión en vivo.

Además de la percepción del tiempo en términos de linealidad, encontramos, en la idea de la incesante circulación discursiva, el ya mencionado tiempo continuo de producción ininterrumpida de las transmisiones de *streaming*. En *Twitch* no hay límites de tiempo por parte de la plataforma, al punto que encontramos personas transmitiendo mientras duermen, es decir que hay gente que se suma al *stream* para ver un dormitorio y a quien realiza la transmisión, acostado en una cama. Hay canales de estudio en donde un *streamer* “prende”¹³ y establece períodos de tiempo para dedicar a la lectura y otros intervalos que dedica a descansar e interactuar a través del chat.

Durante el ASPO, los *streamers* buscaban romper récords de horas de transmisión, cuarenta y ocho horas seguidas con programaciones especiales, invitados, reacción a películas enteras, juegos, etcétera, y se ha llegado a transmisiones de más de un año de duración. La linealidad de esa práctica puede, si así se desea, ser continua, ininterrumpida, como el mismo devenir del tiempo. Al darle un corte —en la transmisión— ese audiovisual puede ser almacenado en *Twitch*, subirse a *YouTube*, ser fragmentado y replicado en otras plataformas. Los discursos permiten reapropiarse de instantes que ya no son en vivo, pero se vivifican en cada nueva reproducción *on demand* y conservan la certeza de haber sido índices alguna vez. Una captura de pantalla realizada por algún espectador puede materializar una pausa *bidimensionando* la transmisión, quitándole el tiempo y condensándolo por humor, por relevancia, por experiencia estética. Para Flusser la fotografía produce una “imaginación” del espacio-tiempo (1990).

El hecho de que los discursos digitales sean retomados una y otra vez, es consecuencia de la *digitalización de los discursos*: “Este hecho permitió, además, que desde cualquier otro sistema sean fácilmente apropiados, compartidos, retomados, criticados, comentados, etcétera. Esta es la transformación que generó el fin de la invisibilidad de la circulación contemporánea del sentido” (Carlón, 2022, p. 258). La accesibilidad de los discursos se vuelve evidente en lo sincrético de sus materialidades significantes, permitiendo generar nuevos discursos a partir de las posibilidades de las imágenes técnicas, ampliando la semiosis, siempre con la *certeza* de la procedencia digital de esos discursos. Para Flusser “las imágenes técnicas absorben toda la historia en sus superficies, y llegan a constituir una memoria eternamente rotatoria de la sociedad” (1990, p. 21).

La creencia en los discursos y la *certeza* sobre el funcionamiento de las imágenes técnicas indiciales —con un gran recorrido a partir del saber sobre la fotografía—, constituyen una clave de lectura que nos permite distinguir entre una captura de pantalla y una transmisión en vivo o un video *on demand* o incluso de una fotografía.

¹³ Término utilizado por los *streamers* para decir que dan inicio a la transmisión, en alusión a *prender* la cámara.

Para retomar el dilema de “Luquitas” Rodríguez acerca de las imágenes producto de la inteligencia artificial, la preocupación aparece porque estamos ante la presencia de otro tipo de signo: aunque todo en esas materialidades nos remita a un funcionamiento del tipo indicial es, en realidad, un signo icónico puesto que representa de manera análoga a su objeto inmediato. Hoy estamos advertidos acerca del reconocimiento del dispositivo productor de estas imágenes. Sabemos de antemano –por ahora– que es una imagen producida por un dispositivo digital porque circula junto a su relato revelador del artificio, como en el caso de las imágenes del Papa Francisco. Esta referencia es paratextual, no encontramos nada en el discurso de forma inmanente, es decir, ningún rasgo o marca que dé cuenta de su producción. La preocupación acerca de que la inteligencia artificial pueda *inventar* realidades o que la capacidad humana no logre discernir la autenticidad o no de este tipo de discursos, como “Luquitas” plantea, radica –en el caso de los productos de la inteligencia artificial con fuertes rasgos icónicos– en la suposición de que algún día lleguen a circular sin referencia, sin interpretante, sin ninguna marca que remita al dispositivo, sin ningún mecanismo de verificación.

Consideraciones finales

Nos encontramos, postpandemia, en un momento donde la indicialidad copó la preponderancia imaginaria, en un ya conocido sistema de creencias en la mediación de los acontecimientos: “En mayor o menor grado, cada uno de nosotros cree en los acontecimientos de la actualidad, damos crédito, necesariamente, a *alguna* imagen de la actualidad” (Verón, 1987b, p. 27). Diremos que nos encontramos en la época de un fuerte “index appeal”, noción acuñada por Fernando Andacht, que refiere a la “representación de una especie de sudor semiótico compuesto por signos indiciales” (2016, p. 245).

Tanto de la discusión que se da en *YouTube*, como de los discursos producidos en *X*, se pueden extraer claves para definir una problemática contemporánea, un debate que constituye un centro discursivo respecto a las *ideas de verdad* y a la composición de realidades, y que tiene como centro a las imágenes técnicas e hipermediatizadas, junto a sus propios mecanismos de verificación. En el terreno de lucha por los sentidos se recurre a los relatos anclados a sistemas de verificación ya naturalizados de los dispositivos tecnológicos, donde las imágenes indiciales ocupan un lugar central en establecer los límites de lo decible y lo enunciable, incluso respecto a la configuración de subjetividades. Estas imágenes tienen el *poder* de fijar verdades y de constituir realidades, como “Una prueba de que esa apariencia corresponde a una realidad” (Ruiz, 2011, p. 18). Una realidad social y también constitutiva de las verdades de cada sujeto que participa en la red de configuración de sentido.

La preocupación de “Luquitas”, que podemos calificar de universal, ante la impotencia para reconocer la autoría de la inteligencia artificial, si nos valemos solo de nuestras capacidades humanas, radica en que la estética visual o sonora tiene una potencia icónica que supera los límites actuales de lo imaginable. Aunque podemos intentar comprender la problemática planteada en el caso analizado, no podemos prever de qué forma esta incertidumbre puede ser sorteada. Es sencillo suponer que, del mismo modo, cuando la sociedad vio por primera vez una fotografía, sintió el temor respecto a la imagen análoga a



la *realidad*, por lo que deberíamos entonces, aguardar con optimismo o no, los mecanismos que disuelvan la duda. Quizá no nos quede más alternativa que confiar.

Referencias bibliográficas

Andacht, F. (2016). Sobre el inesperado desembarco indicial del Reality Show en el siglo 21. *Espacio Abierto*, 25(4), 239-252. Universidad del Zulia Maracaibo, Venezuela. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/espacio/article/view/22022>

_____ (2017). Una travesía metafórica hacia el realismo semiótico de C. S. Peirce. En N. Pardo (Ed.) *Materialidades, discursividades y culturas. Los retos de la semiótica Latinoamericana*. Bogotá: Instituto Caro y Cuervo.

Angenot, M. (2010). *El discurso social: los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Barthes, R. (1994). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós.

Carlón, M. (2019). Individuos y colectivos en los nuevos estudios sobre circulación. En *InMediaciones de la Comunicación*, 41. Universidad ORT Uruguay. DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1.2884>

_____ (2020b). “El virus no vino sólo” en *Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada*. NEU: UNSL. <https://hipermediaciones.com/2020/04/19/el-virus-no-vino-solo/>

_____ (2020a). *Circulación del sentido y construcción de colectivos: en una sociedad hipermediatizada*. 1a ed. San Luis: Nueva Editorial Universitaria – UNSL.

_____ (2022). ¿El fin de la invisibilidad de la circulación del sentido en la mediatización contemporánea? *Mediatizaciones, deSignis*, 37, 245-253. Rosario: UNR. <http://dx.doi.org/10.35659/designis.i37p245-253>

Cingolani, G. (2014). “¿Qué se transforma cuando hay mediatización?” En *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones*. 1a ed. Rosario: UNR Editora, Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.

_____ (2015). Sobre la distinción medio/dispositivo en Eliseo Verón. En *Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones*. Rosario: UNR Editora, Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.

Escudero Chauvel, L. y Olivera, G. (2022). Presentación. Mediatización: el largo recorrido de un concepto, *Mediatizaciones, deSignis*, 37, 9-21. Rosario: UNR. <http://dx.doi.org/10.35659/designis.i37p9-21>

Flusser, V. (1990). *Hacia una filosofía de la fotografía*. México: Trillas/SIGMA.

Krauss, R. (1996). “Notas sobre el índice”. La originalidad de la vanguardia y otros mitos modernos. Madrid: Alianza.

- Krotz, F. (2022). Mediatización: un concepto de investigación, *Mediatizaciones, deSignis*, 37. 225-242. Rosario: UNR. <https://www.designisfels.net/wp-content/uploads/2021/05/designis-i37-2.pdf>
- Ruiz, S. (2011). “El poder de la imagen: De la verdad a la obligación, de la ostensión a la generación de relatos” en Triquell, X. y Ruiz, S. (Comps.). *Fuera de cuadro*. Villa María: Eduvim, UNVM.
- Traversa, O. (2019). Historia de los medios / Historia de la mediatización: el papel de Eliseo Verón. *LIS. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada*, 20. 17-31 Buenos Aires. <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/lis/article/view/5385>
- Verón, E. (1987a). “La mediatización” en *Cursos y Conferencias*, 9. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras.
- _____ (1987b). *Construir el acontecimiento. Los medios y el accidente de Three Mile Island*. Paris: Editions Minuit.
- _____ (1997). “Esquema para el análisis de la mediatización”, en *Diálogos de la comunicación*, 48. 9-16. Lima: Felafacs.
- _____ (2001 [1984]). “El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica”, en *El cuerpo de las imágenes* (pp. 13-40). Buenos Aires: Norma.
- _____ (2015). “Teoría de la mediatización: una perspectiva semio-antropológica” en *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 20, 173-182 Madrid: Universidad Complutense de Madrid, España.
- Vitale, A. (2002). *El estudio de los signos: Peirce y Saussure*. 1º Ed. Buenos Aires: Eudeba.

Otras fuentes consultadas

- Esto es ¡FA! (28 de mayo de 2023). INTERNET - ¡FA! #10, con Mex Urtizberea | Rolón, Paulina Cocina, Damián Kuc, Pablo Granados y más. [Video]. *YouTube*. En línea en: <https://www.youtube.com/watch?v=Z7ZC7eUos-Y>
- HAGOV Católico [@hagovcatolico]. (17 de enero de 2024). [Video]. X. En línea en: <https://x.com/hagovcatolico/status/1747468926852677807?s=08>

