

INMEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN

PUBLICACIÓN SEMESTRAL - VOLUMEN 20/Nº 2 - JULIO - DICIEMBRE 2025

LA MEDIATIZACIÓN DEL ROSTRO Arte, identidades, política e inteligencia artificial en la contemporaneidad

PRESENTACIÓN

BAAL DELUPI, CELIA RUBINA & MASSIMO LEONE, editores
invitados / Universidad Nacional de Córdoba - Universidad
Provincial de Córdoba, Argentina / Pontificia Universidad Católica
del Perú, Perú / Università degli Studi di Torino, Italia. ROSTROS,
MEDIATIZACIÓN Y SUBJETIVIDAD

ARTÍCULOS

JOSÉ ENRIQUE FINOL, Universidad del Zulia, Venezuela.
SEMIOTICS OF MONETARY DISCOURSE.
THE DESERTIFICATION OF THE HEROIC FACE

SEBASTIÁN MORENO, Universidad ORT Uruguay, Uruguay /
LOS (MUY FORMALES) ROSTROS DE LA CULTURA.
SENTIDOS DE LA IDENTIDAD NACIONAL EN LOS BILLETES
DEL PESO URUGUAYO

ALEXANDRE PROVIN SBABO & ALEXANDRE MARCELO BUENO,
Université Paris-Est Créteil, Francia / Universidade Presbiteriana
Mackenzie, Brasil. ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND
OTHERNESS. REPRESENTATIONS OF IMMIGRANTS USING
GENERATIVE IMAGE CREATION TOOLS

SILVIO KOITI SATO & CLOTILDE PEREZ, Universidade de São Paulo,
Brasil. LA MÁSCARA-MEMOJI. ROSTRO Y EXPRESIVIDAD
EN LA CULTURA DIGITAL

DARLA INAI SEGOVIA & JAIME OTAZO HERMOSILLA,
Universidad de la Frontera, Chile. RESISTENCIA VISUAL.
LA CONSTRUCCIÓN DE NARRATIVAS DE PROTESTA EN
LOS CONFLICTOS SOCIOAMBIENTALES DE CHILE

JULIO HORTA, Universidad Nacional Autónoma de México,
México. TIPOS FISIOGNÓMICOS. ANOTACIONES SOBRE
LA MODELIZACIÓN DEL ROSTRO DESDE LA SEMIÓTICA
COGNITIVA

MARÍA DI MURO PELLEGRINO, Universidad Católica Andrés Bello,
Venezuela. LA MÁSCARA POSANTIGUA DE ZAGREO EN
HADES (2020)

EDUARDO YALÁN DONGO & ADRIANA ESPINOZA FERNÁNDEZ,
Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú. ROSTROS EN LA
PUBLICIDAD POPULAR. CONSUMO ASPIRACIONAL EN EL
PERÚ

MARÍA LOURDES GASILLÓN, Universidad Nacional de Mar del
Plata, Argentina. LA DISTORSIÓN PARÓDICA DEL ROSTRO.
JAVIER MILEI EN LA REVISTA BARCELONA

GIUSTINA B. BARON & HONGJIN SONG, Università degli Studi di
Torino, Italy / Tartu Ülikool, Estonia. A PROLONGED JOURNEY.
MOURNING AND DIGITAL RESURRECTION IN THE
CHINESE CONTEXT

PALMA PEÑA-JIMÉNEZ, Universidad Rey Juan Carlos, España. LA
GESTUALIDAD DEL PRESIDENTE VOLODÍMIR ZELENSKI.
UNA APROXIMACIÓN ANALÍTICA

ELIANA ISABEL ABRAHAM, Universidad Nacional de San
Luis, Argentina. LA PROFANACIÓN DEL ROSTRO. SOBRE
POLÍTICAS Y ESPECTÁCULO EN CONTEXTOS DE
EXCLUSIÓN URBANA

ANA PAULA COMPAGNUCCI, Universidad Nacional de Córdoba,
Argentina. EL CINE EN LA HIPERMEDIATIZACIÓN. EL
FENÓMENO EMILIA PÉREZ

MISCELÁNEAS

MÓNICA G. ZOPPI FONTANA & MARIANA JAFET CESTARI,
Universidade Estadual de Campinas, Brasil / Centro Federal
de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Brasil. "CARA DE
SIRVIENTA". RACISMO Y DISCURSOS SOBRE LOS CUERPOS
DE LAS MUJERES NEGRAS EN BRASIL

ENTREVISTAS


IMÁGENES, DISCURSOS Y SENTIDO. RETOS Y POTENCIAS
DE LA SEMIÓTICA EN LA ERA DIGITAL. ENTREVISTA A
SANDRA SAVOINI

INMEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN

PUBLICACIÓN SEMESTRAL - VOLUMEN 20/Nº2 - JULIO-DICIEMBRE 2025

INMEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN
(Inmediac. Comun.)

Escuela de Comunicación
Facultad de Comunicación
Universidad ORT Uruguay
Av. Uruguay 1185- 11100 - Montevideo, Uruguay
Tel. (00598) 2 902 1505
www.ort.edu.uy - <https://fc.ort.edu.uy/>
Correo electrónico de contacto: inmediaciones@ort.edu.uy
<https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion>
Año de publicación 2025
ISSN 1510-5091 - ISSN 1688-8626 (en línea)
DOI: <http://doi.org.10.18861/ic.2025.20.2>

Publicación semestral de distribución gratuita.
Licencia Creative Commons 
Las opiniones expresadas en los artículos, entrevistas y reseñas son de responsabilidad exclusiva de sus autores.
La reproducción y/o transcripción total o parcial de los artículos, entrevistas y reseñas publicadas en el volumen, sea realizada con fines académicos o informativos, deben estar siempre acompañadas de la cita de la fuente correspondiente.

AUTORIDADES ACADÉMICAS DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN

DECANO DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN
DR. ESTEBAN ZUNINO

SECRETARIO DOCENTE / COORDINADOR ACADÉMICO DE ANALÍTICA DE DATOS
DR. FRANCISCO ARRI

COORDINADORA ACADÉMICA DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y GLOBAL / CATEDRÁTICA DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y RELACIONES PÚBLICAS
LIC. VIRGINIA SILVA, MSC.

COORDINADOR ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA, Y CREACIÓN DE CONTENIDOS
LIC. BRIAN MAJLIN

COORDINADOR ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y CINEMATOGRAFICA
MAG. GERARDO CASTELLI

COORDINADORA ACADÉMICA DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA Y MARKETING
LIC. ANTONIA TABOADA

COORDINADOR ACADÉMICO DE SONIDO Y PRODUCCIÓN MUSICAL
TDS GUILLERMO MARCHESE

CATEDRÁTICA ASOCIADA DE METODOLOGÍAS DE LA INVESTIGACIÓN Y PROYECTOS FINALES
LIC. MARÍA FORNI

COORDINADORA DE CURSOS
SANDRA MAROZZI

CONSEJERA ESTUDIANTIL / COORDINADORA DE GRADUADOS
LIC. CAROLINA QUERCIA

TECNÓLOGA EDUCATIVA
VICTORIA SZELAGOWSKI

INMEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN

PUBLICACIÓN SEMESTRAL - VOLUMEN 20/Nº2 - JULIO-DICIEMBRE 2025

DIRECTOR

Lautaro Cossia Universidad ORT
Uruguay, Uruguay

EDITORES INVITADOS

**Baal Delupi, Celia Rubina
y Massimo Leone**
Universidad Nacional de Córdoba -
Universidad Provincial de Córdoba,
Argentina / Pontificia Universidad
Católica del Perú, Perú / Università
degli Studi di Torino, Italia.

COMITÉ ACADÉMICO

Afonso de Albuquerque
Universidade Federal Fluminense, Brasil

Ana Regina Rêgo
Universidade Federal do Piauí, Brasil

Ana Sedeño Valdellos
Universidad de Málaga, España

Andreu Casero-Ripollés
Universidad Jaume I de Castellón,
España

Antônio Fausto Neto
Universidade de Vale do Rio dos Sinos,
Brasil

Brian Majlin
Universidad ORT Uruguay, Uruguay

Carlos Muñoz
Universidad Autónoma de Nuevo León,
México

César Ricardo Siqueira Bolaño
Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Erick Rolando Torrico Villanueva
Universidad Andina Simón Bolívar,
Estado plurinacional de Bolivia

Fábio Ribeiro
Universidad de Tras-os-Montes e Alto
Douro, Portugal

Federico Beltramelli
Universidad de la República, Uruguay

Fernando Andacht
Universidad de la República, Uruguay

Francisco Hernando Arri
Universidad ORT Uruguay, Uruguay

Gregorio Cusihuamán Sisa
Universidad Nacional de San Agustín de
Arequipa, Perú

Ingrid Bachmann
Pontificia Universidad Católica de
Chile, Chile

José Carlos Lozano Rendón
Texas A&M International University,
Estados Unidos

José Luis Fernández
Universidad de Buenos Aires, Argentina

José Luis Dader
Universidad Complutense de Madrid,
España

Karina Olarte Quiroz
Universidad Católica Boliviana
San Pablo, Bolivia

Laureano Checa
Universidad de Chile, Chile

Marco Schneider
Universidade Federal Fluminense, Brasil

Mariluz Restrepo
Universidad Nacional de Colombia,
Colombia

Martín Becerra
Universidad Nacional de Quilmes,
Argentina

Moisés Sbardelotto
Universidade do Vale do Rio dos Sinos,
Brasil

Patricia Bernal
Pontificia Universidad Javeriana,
Colombia

Perla Chinchilla Pawling
Universidad Iberoamericana, México

Ricardo Diviani
Universidad Nacional de Entre Ríos,
Argentina

Sandra Valdetaro
Universidad Nacional de Rosario,
Argentina

Virginia Silva Pintos
Universidad ORT Uruguay, Uruguay

CORRECTORES DE FORMATO

René Fuentes
Luna Corvalán

RESPONSABLE GRÁFICO

Pablo González

COORDINACIÓN - REVISTAS ORT

Verónica Rodríguez
Rosana Izquierdo

PLATAFORMA WEB

Yael Ferreira
Eugenia Reboiro

COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES

Ayelen Giraudo
Guillermina García

TRADUCCIONES

Adriana Fernández
Edilson Teixeira

COLABORACIÓN ESPECIAL

Mónica Mato

INMEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN (Inmediac. Comun.) es una revista académica arbitrada, de acceso abierto y sin fines de lucro que publica desde 1998 la Universidad ORT Uruguay.

El propósito está centrado en la publicación de artículos originales y la difusión de entrevistas, ensayos y resultados de investigaciones que tienen lugar en el campo de la comunicación y disciplinas afines, con especial atención en los procesos de mediatización social, el impacto de las transformaciones tecnológicas y el estudio de los fenómenos mediáticos contemporáneos. El contenido está dirigido a investigadores, docentes, estudiantes universitarios de grado y de posgrado y personas con interés en las distintas áreas de la comunicación. Los manuscritos publicados son revisados en primera instancia por la dirección de la revista, los Editores Asociados, el Comité Académico –conformado por expertos de distintos países– y el Editor/a Invitado/a de cada número; y posteriormente son evaluados a través del sistema doble ciego con la intervención de árbitros externos.

A partir del segundo semestre del año 2024 la revista InMediaciones de la Comunicación adopta el sistema de publicación continua con convocatorias semestrales temáticas. Esta modalidad permite agilizar el proceso editorial de las investigaciones postuladas: es decir, todos los artículos aceptados en el proceso de evaluación por pares son incorporados de manera inmediata al sitio web, con la idea de que sean visibles y citables rápidamente. La revista recibe contribuciones escritas en español, inglés y portugués y el/la autor/a no pagan ningún costo por el procesamiento ni la publicación de los manuscritos. InMediaciones de la Comunicación se publica en formato papel y en formato digital y lleva adelante una política editorial que se ajusta a los estándares internacionales de las revistas académicas.

Desde sus inicios, InMediaciones de la Comunicación asumió el compromiso de fomentar la publicación abierta de manuscritos derivados de investigaciones de calidad e impulsó el abordaje de los procesos de mediatización social y

las problemáticas que atraviesan el campo de la comunicación. A lo largo de los años ha contado con contribuciones de investigadores y referentes académicos de reconocida trayectoria, quienes aportaron su mirada acerca de los debates suscitados por la permanente renovación de los fenómenos comunicacionales contemporáneos.

INMEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN is a refereed, open access and non-profit academic journal published since 1998 by the Universidad ORT Uruguay.

The journal's purpose focuses on the publication of original articles and/or reviews and the dissemination of interviews, essays and research results in the field of communication and related disciplines, with special attention to social mediatization processes and the study of contemporary media phenomena. The content aims at researchers, teachers, undergraduate and graduate university students and everyone with an interest in all areas of communication. The published manuscripts are firstly reviewed by the directors of the journal, the Associate Editors, the Academic Committee –made up of experts from different countries– and the Guest Editor of each issue, and are subsequently evaluated through the double-blind system with the intervention of external referees.

From the second semester of 2024, the journal InMediaciones de la Comunicación adopts the continuous publication system with thematic biannual calls. This modality allows the editorial process of the postulated papers to be faster: that is, all articles accepted in the peer evaluation process are immediately published in the website, with the idea that they will be quickly visible and citable. The journal receives contributions written in Spanish, English and Portuguese and the author does not pay any cost for the processing or publication of the papers. InMediaciones de la Comunicación is published in print and digital formats and carries out an editorial policy that conforms to the international standards of academic journals.

Since its inception, InMediaciones de la

Comunicación has committed to the promotion of open publication of papers derived from quality research, fostering an approach to the processes of social mediatization and issues that cross the field of communication. Over the years, it has had contributions from renowned researchers and academic referents, who contributed their views on the debates raised by the permanent renewal of contemporary communicational phenomena.

INMEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN (Inmediac. Comun.) é uma revista acadêmica arbitrada, sem fins lucrativos e acesso aberto publicada desde 1998 pela Universidad ORT Uruguay.

O objetivo da revista é a publicação de artigos originais, resenhas e a divulgação de entrevistas, ensaios e resultados de pesquisas que ocorrem no campo da comunicação e disciplinas afins, com especial atenção aos processos de midiatização social, o impacto das transformações tecnológicas e o estudo dos fenômenos da mídia contemporânea. O conteúdo é destinado a pesquisadores, professores, estudantes universitários de graduação e pós-graduação e pessoas com interesse em todas as áreas da comunicação. Os manuscritos publicados são primeiramente revisados pela direção da revista, os Editores Associados, o Comitê Acadêmico –composto por especialistas de diferentes países–, e o Editor/a Convidado/a de cada número,

e depois avaliados através do sistema duplo cego com a intervenção de avaliadores externos.

A partir do segundo semestre do ano 2024, a revista InMediaciones de la Comunicación adopta o sistema de publicação contínua com convocatórias temáticas semestrais. Esta modalidade permite-nos agilizar o processo editorial das investigações submetidas: todos os artigos aceitos no processo de revisão por pares são imediatamente publicados no sítio Web, com a ideia de serem rapidamente visíveis e citáveis. A revista aceita contribuições escritas em inglês, espanhol e português e os autores não pagam qualquer custo pelo processamento e publicação dos manuscritos. A revista InMediaciones de la Comunicación é publicada em papel e em formato digital e segue uma política editorial em conformidade com as normas internacionais para revistas acadêmicas.

Desde seu início, a InMediaciones de la Comunicación tem se comprometido com a publicação aberta de manuscritos derivados de pesquisas de qualidade e tem promovido os processos de midiatização social e problemas que atravessam o campo da comunicação. Ao longo dos anos, tem recebido contribuições de pesquisadores e referentes acadêmicos de reconhecida trajetória, que forneceram suas opiniões sobre os debates suscitados pela renovação permanente dos fenômenos comunicacional contemporâneos.



SUMARIO

LA MEDIATIZACIÓN DEL ROSTRO. Arte, identidades, política e inteligencia artificial en la contemporaneidad

PRESENTACIÓN

BAAL DELUPI, CELIA RUBINA & MASSIMO LEONE, editores invitados / Universidad Nacional de Córdoba - Universidad Provincial de Córdoba, Argentina / Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú / Università degli Studi di Torino, Italia. ROSTROS, MEDIATIZACIÓN Y SUBJETIVIDAD 17

ARTÍCULOS

JOSÉ ENRIQUE FINOL, Universidad del Zulia, Venezuela. SEMIÓTICAS DEL DISCURSO MONETARIO. LA DESERTIFICACIÓN DEL ROSTRO HEROICO 23

SEBASTIÁN MORENO, Universidad ORT Uruguay, Uruguay. LOS (MUY FORMALES) ROSTROS DE LA CULTURA. SENTIDOS DE LA IDENTIDAD NACIONAL EN LOS BILLETES DEL PESO URUGUAYO 49

ALEXANDRE PROVIN SBABO & ALEXANDRE MARCELO BUENO, Université Paris-Est Créteil, Francia / Universidade Presbiteriana Mackenzie, Brasil. INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y ALTERIDAD. REPRESENTACIONES DE INMIGRANTES USANDO HERRAMIENTAS DE CREACIÓN GENERATIVA DE IMÁGENES 69

SILVIO KOITI SATO & CLOTILDE PEREZ, Universidade de São Paulo, Brasil. LA MÁSCARA-MEMOJI. ROSTRO Y EXPRESIVIDAD EN LA CULTURA DIGITAL 91

DARLA INAI SEGOVIA & JAIME OTAZO HERMOSILLA, Universidad de la Frontera, Chile. RESISTENCIA VISUAL. LA CONSTRUCCIÓN DE NARRATIVAS DE PROTESTA EN LOS CONFLICTOS SOCIOAMBIENTALES DE CHILE 111

JULIO HORTA, Universidad Nacional Autónoma de México, México. TIPOS FISIOGNÓMICOS. ANOTACIONES SOBRE LA MODELIZACIÓN DEL ROSTRO DESDE LA SEMIÓTICA COGNITIVA 145

MARÍA DI MURO PELLEGRINO, Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela. LA MÁSCARA POSANTIGUA DE ZAGREO EN *HADES* (2020) 161

EDUARDO YALÁN DONGO & ADRIANA ESPINOZA FERNÁNDEZ, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú. ROSTROS EN LA PUBLICIDAD POPULAR. CONSUMO ASPIRACIONAL EN EL PERÚ 187

MARÍA LOURDES GASILLÓN, Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina. LA DISTORSIÓN PARÓDICA DEL ROSTRO. JAVIER MILEI EN LA REVISTA *BARCELONA* 209

GIUSTINA B. BARON & HONGJIN SONG, Università degli Studi di Torino, Italia / Tartu Ülikool, Estonia. UN VIAJE PROLONGADO. LUTO Y RESURRECCIÓN DIGITAL EN EL CONTEXTO CHINO 229

PALMA PEÑA-JIMÉNEZ, Universidad Rey Juan Carlos, España. LA GESTUALIDAD DEL PRESIDENTE VOLODÍMIR ZELENSKI. UNA APROXIMACIÓN ANALÍTICA 255

ELIANA ISABEL ABRAHAM, Universidad Nacional de San Luis, Argentina. LA PROFANACIÓN DEL ROSTRO. SOBRE POLÍTICAS Y ESPECTÁCULO EN CONTEXTOS DE EXCLUSIÓN URBANA 281

ANA PAULA COMPAGNUCCI, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. EL CINE EN LA HIPERMEDIATIZACIÓN. EL FENÓMENO *EMILIA PÉREZ* 309

MISCELÁNEAS

MÓNICA G. ZOPPI FONTANA & MARIANA JAFET CESTARI, Universidade Estadual de Campinas, Brasil / Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Brasil. "CARA DE SIRVIENTA": RACISMO Y DISCURSOS SOBRE LOS CUERPOS DE LAS MUJERES NEGRAS EN BRASIL 339

ENTREVISTAS

IMÁGENES, DISCURSOS Y SENTIDO. RETOS Y POTENCIAS DE LA SEMIÓTICA EN LA ERA DIGITAL. ENTREVISTA A SANDRA SAVOINI 365

SUMMARY

THE MEDIATIZATION OF THE FACE. Art, identities, politics and artificial intelligence in contemporary times

PRESENTATION

BAAL DELUPI, CELIA RUBINA & MASSIMO LEONE,
editores invitados / Universidad Nacional de Córdoba -
Universidad Provincial de Córdoba, Argentina / Pontificia
Universidad Católica del Perú, Perú / Università degli
Studi di Torino, Italy. *FACES, MEDIATIZATION
AND SUBJECTIVITY* 17

ARTICLES

JOSÉ ENRIQUE FINOL, Universidad del Zulia, Venezuela.
*SEMIOTICS OF MONETARY DISCOURSE. THE
DESERTIFICATION OF THE HEROIC FACE* 23

SEBASTIÁN MORENO, Universidad ORT Uruguay,
Uruguay. *THE (VERY FORMAL) FACES OF CULTURE.
SENSES OF NATIONAL IDENTITY IN THE
BANKNOTES OF THE URUGUAYAN PESO* 49

**ALEXANDRE PROVIN SBABO & ALEXANDRE
MARCELO BUENO**, Université Paris-Est Créteil, France
/ Universidade Presbiteriana Mackenzie, Brazil.
*ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND OTHERNESS.
REPRESENTATIONS OF IMMIGRANTS USING
GENERATIVE IMAGE CREATION TOOLS* 69

SILVIO KOITI SATO & CLOTILDE PEREZ, Universidade
de São Paulo, Brazil. *THE MEMOJI-MASK. FACE AND
EXPRESSIVENESS IN DIGITAL CULTURE* 91

DARLA INAI SEGOVIA & JAIME OTAZO HERMOSILLA,
Universidad de la Frontera, Chile. *VISUAL RESISTANCE.
THE CONSTRUCTION OF PROTEST
NARRATIVES IN CHILE'S SOCIO-ENVIRONMENTAL
CONFLICTS* 111

JULIO HORTA, Universidad Nacional Autónoma de
México, Mexico. *PHYSIOGNOMIC TYPES. NOTES ON
A MODELLING OF THE FACE FROM COGNITIVE
SEMIOTICS* 145

MARÍA DI MURO PELLEGRINO, Universidad Católica
Andrés Bello, Venezuela. *THE POST-ANCIENT MASK
OF ZAGREUS IN HADES (2020)* 161

**EDUARDO YALÁN DONGO & ADRIANA ESPINOZA
FERNÁNDEZ**, Pontificia Universidad Católica del
Perú, Peru. *FACES IN POPULAR ADVERTISING.
ASPIRATIONAL CONSUMPTION IN PERU* 187

MARÍA LOURDES GASILLÓN, Universidad Nacional de
Mar del Plata, Argentina. *THE PARODIC DISTORTION
OF THE FACE. JAVIER MILEI IN BARCELONA
MAGAZINE* 209

GIUSTINA B. BARON & HONGJIN SONG, Università
degli Studi di Torino, Italy / Tartu Ülikool, Estonia. *A
PROLONGED JOURNEY. MOURNING AND DIGITAL
RESURRECTION IN THE CHINESE CONTEXT* 229

PALMA PEÑA-JIMÉNEZ, Universidad Rey Juan Carlos,
Spain. *PRESIDENT VOLODYMYR ZELENSKY'S
GESTURES. AN ANALYTICAL APPROACH* 255

ELIANA ISABEL ABRAHAM, Universidad Nacional de San
Luis, Argentina. *THE PROFANATION OF THE FACE.
ON POLITICS AND SPECTACLE IN CONTEXTS
OF URBAN EXCLUSION* 281

ANA PAULA COMPAGNUCCI, Universidad
Nacional de Córdoba, Argentina. *CINEMA IN
HYPERMEDIATISATION. EMILIA PÉREZ
PHENOMENON* 309

MISCELLANEOUS

MÓNICA G. ZOPPI FONTANA & MARIANA JAFET CESTARI,
Universidade Estadual de Campinas, Brazil / Centro
Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Brazil.
*"FACE OF A MAID". DISCOURSES ON THE BODIES
OF BLACK WOMEN IN BRAZIL* 339

INTERVIEWS

*IMAGES, DISCOURSES AND MEANING.
CHALLENGES AND POWERS OF SEMIOTICS
IN THE DIGITAL ERA. INTERVIEW WITH
SANDRA SAVOINI* 365

SUMÁRIO

A MEDIATIZAÇÃO DO ROSTO. Arte, identidades, política e inteligência artificial na contemporaneidade

APRESENTAÇÃO

BAAL DELUPI, CELIA RUBINA & MASSIMO LEONE,
editores convidados / Universidad Nacional de Córdoba -
Universidad Provincial de Córdoba, Argentina / Pontificia
Universidad Católica del Perú, Peru / Università degli
Studi di Torino, Itália. ROSTOS, MIDATIZAÇÃO
E SUBJETIVIDADE 17

ARTIGOS

JOSÉ ENRIQUE FINOL, Universidad del Zulia, Venezuela.
SEMIÓTICAS DO DISCURSO MONETÁRIO.
A DESERTIFICAÇÃO DO ROSTO HEROICO 23

SEBASTIÁN MORENO, Universidad ORT Uruguay,
Uruguai. OS (MUITO FORMAIS) ROSTOS DA
CULTURA. SENTIDOS DA IDENTIDADE NACIONAL
NAS CÉDULAS DO PESO URUGUAIO 49

**ALEXANDRE PROVIN SBABO & ALEXANDRE
MARCELO BUENO**, Université Paris-Est Créteil, França
/ Universidade Presbiteriana Mackenzie, Brasil.
INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E ALTERIDADE.
REPRESENTAÇÕES DE IMIGRANTES USANDO
FERRAMENTAS DE CRIAÇÃO DE IMAGENS
GENERATIVAS..... 69

SILVIO KOITI SATO & CLOTILDE PEREZ, Universidade de
São Paulo, Brasil. A MÁSCARA-MEMOJI. ROSTO E
EXPRESSIVIDADE NA CULTURA DIGITAL 91

DARLA INAI SEGOVIA & JAIME OTAZO HERMOSILLA,
Universidad de la Frontera, Chile. RESISTÊNCIA
VISUAL. A CONFLITOS CONSTRUÇÃO DE
NARRATIVAS DE PROTESTO NOS CONFLITOS
SOCIOAMBIENTAIS NO CHILE 111

JULIO HORTA, Universidad Nacional Autónoma
de México, México. TIPOS FISIOMÓRFICOS.
NOTAS SOBRE UMA MODELAGEM DA FACE DA
SEMIÓTICA COGNITIVA 145

MARÍA DI MURO PELLEGRINO, Universidad Católica
Andrés Bello, Venezuela. A MÁSCARA PÓS-ANTIGA
DE ZAGREUS EM HADES (2020)..... 161

**EDUARDO YALÁN DONGO & ADRIANA ESPINOZA
FERNÁNDEZ**, Pontificia Universidad Católica del
Perú, Peru. ROSTOS NA PUBLICIDADE POPULAR.
CONSUMO ASPIRACIONAL NO PERU 187

MARÍA LOURDES GASILLÓN, Universidad Nacional de
Mar del Plata, Argentina. A DISTORÇÃO
PARÓDICA DO ROSTO. JAVIER MILEI NA
REVISTA BARCELONA 209

GIUSTINA B. BARON & HONGJIN SONG, Università degli
Studi di Torino, Itália / Tartu Ülikool, Estônia. UMA
JORNADA PROLONGADA. LUTO E RESSURREIÇÃO
DIGITAL NO CONTEXTO CHINÊS 229

PALMA PEÑA-JIMÉNEZ, Universidad Rey Juan Carlos,
Espanha. A GESTUALIDADE DO PRESIDENTE
VOLODYMYR ZELENSKY. UMA ABORDAGEM
ANALÍTICA 255

ELIANA ISABEL ABRAHAM, Universidad Nacional de San
Luis, Argentina. A PROFANAÇÃO DO ROSTO. SOBRE
POLÍTICA E ESPETÁCULO EM CONTEXTOS DE
EXCLUSÃO URBANA 281

ANA PAULA COMPAGNUCCI, Universidad
Nacional de Córdoba, Argentina. CINEMA EM
HIPERMEDIATISMO. O FENÔMENO
EMILIA PÉREZ..... 309

MISCELÂNEAS

MÓNICA G. ZOPPI FONTANA & MARIANA JAFET CESTARI,
Universidade Estadual de Campinas, Brasil / Centro
Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Brasil.
“CARA DE EMPREGADA DOMÉSTICA”. DISCURSOS
SOBRE OS CORPOS DE MULHERES NEGRAS
NO BRASIL..... 339

ENTREVISTAS

IMAGENS, DISCURSOS E SIGNIFICADOS. DESAFIOS
E POTENCIALIDADES DA SEMIÓTICA NA ERA
DIGITAL. ENTREVISTA A SANDRA SAVOINI..... 365

LA MEDIATIZACIÓN DEL ROSTRO

Arte, identidades, política e IA en la contemporaneidad

THE MEDIATIZATION OF THE FACE

Art, identities, politics and AI in contemporary times

A MEDIATIZAÇÃO DO ROSTO

Arte, identidades, política e IA na contemporaneidade

PRESENTACIÓN

PRESENTATION

APRESENTAÇÃO

Rostros, mediatización y subjetividad

Faces, mediatization and subjectivity

Rostos, midiatização e subjetividade

DOI: <http://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4192>

► BAAL DELUPI

baal.delupi@unc.edu.ar - Córdoba - Editor invitado / Universidad Nacional de Córdoba / Universidad Provincial de Córdoba, Argentina.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7697-3325>

► CELIA RUBINA

cirubina@pucp.edu.pe - Lima - Editora invitada / Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3860-5374>

► MASSIMO LEONE

massimo.leone@unito.it - Turín - Editor invitado / Università degli Studi di Torino, Italia.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8144-4337>

CÓMO CITAR: Delupi, B., Rubina, C. & Leone, M. (2025). Rostros, mediatización y subjetividad. *In Mediaciones de la Comunicación*, 20(2). <http://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4192>

PRESENTACIÓN

Los estudios sobre el rostro tienen una larga tradición en el campo de la antropología, la filosofía, el arte, la semiótica, la informática. ¿Qué significancias les otorgan los semblantes a los cuerpos? ¿Cuándo se produce la transición entre cara y rostro? ¿Cuáles son los requisitos fenomenológicos mínimos para que se pueda manifestar la percepción de un rostro? ¿Cuándo un rostro se hace “amigable”, “reconocible”, “identificable”? Estos son algunos de los interrogantes que resultan de interés para distintas disciplinas. El rostro es un objeto complejo desde su propia definición lingüística: cara, semblante, rostro son lexemas que designan matices diversos de una entidad misteriosa. Para algunos autores, el rostro puede ser comprendido como baluarte de la singularidad y la apertura hacia otro (Levinas, 1967), es un dispositivo de frontera y un eje fundamental de la comunicación; también puede considerarse como un régimen semiótico privilegiado para dar cuenta de un conjunto de transformaciones vinculadas a la subjetividad (Boero, 2020).

Hay una diferencia sustantiva entre cara y rostro. Mientras que la primera es física o natural, la segunda es una obra humana. Como plantean Finol y Finol (2021), el rostro implica un recorrido experiencial que ocurre gracias al contexto (la cara, la cabeza, el cuerpo) y a los contextos (coreografía, espectáculo, cultura, historia, etc.). Hay caras que, bajo determinadas condiciones, cesan de ser un conjunto de células biológicas y se vuelven una colmena de células semióticas, en cuya configuración y reconfiguración trabajan incesantemente signos, discursos y textos variados (Voto, Finol & Leone, 2021).

En los tiempos actuales de nuevas tecnologías e inteligencias artificiales (IA), donde los procesos de mediatización han adquirido especial atención por parte de investigadores de distintas partes del mundo, las imágenes de los rostros son compartidas instantáneamente en las redes sociales, traduciéndose en relatos corporales de vida a través de la significación de dispositivos que organizan biopolíticamente a los cuerpos y definen inclusiones y exclusiones, configurando así rostros “aceptables” y otros “desechables” en el discurso social (Delupi, 2023). De esta manera, indagar en la producción, difusión, circulación y recepción de los rostros constituye una tarea fundamental de cara a un futuro incierto sobre los límites y las regulaciones de la web 3.0 que incluye, como así lo pretenden los máximos referentes de la industria tecnológica, el metaverso y la realidad aumentada. Además, no hay que olvidar que estos avances produjeron también artefactos enfocados en el reconocimiento facial, con cámaras instaladas que se utilizan para capturar los rostros en tiempo real –ya sea para cuestiones como salud y seguridad– que hacen que estemos expuestos cada vez más a la identificación de nuestros semblantes, muchas veces registrados de manera ilegal, sin una base jurídica sólida.

Por último, es necesario destacar que este número de InMediaciones de

la Comunicación, centrado en la mediatización del rostro a escala planetaria, presta especial atención a su problemática en América Latina. Esto implica considerar la historia y la cultura de la región, con sus convergencias y divergencias: tiempos pasados y conflictos que se inscriben en rostros contemporáneos y se materializan en carne, papel y píxel en el marco de paradigmas decoloniales y críticas a las miradas eurocéntricas. Cuerpos, materialidades e imaginarios sociales se articulan en un entramado híbrido y mestizo, dando lugar a rostrosferas cronotópicas que expresan la complejidad de las culturas latinoamericanas, ya que los rostros son siempre el resultado de una dimensión situada (Barbotto, Voto & Leone, 2022).

El lector encontrará aquí artículos que abordan diversas temáticas vinculadas al rostro y su representación: desde retratos en billetes y semblantes de referentes políticos, hasta el análisis sobre la mediatización de imágenes de manifestantes asesinados, fisonomías en barrios marginados, máscaras antiguas y rostros en entornos virtuales. Todos los trabajos forman parte de una problemática global, aunque en su mayoría comparten una perspectiva situada en América Latina, atravesada por realidades sociopolíticas y culturales diversas. De allí la reflexión sobre el rostro en el contexto de una región periférica, marcada por profundas desigualdades, pero también por un potente potencial transformador. Asimismo, los materiales publicados en la sección Misceláneas y las entrevistas que acompañan la propuesta de este número permiten profundizar la reflexión y ofrecen una mirada sobre el papel de las imágenes en la sociedad poslogocéntrica y su incidencia en las subjetividades contemporáneas.

REFERENCIAS

- Barbotto, S., Voto, C. & Leone, M. (Editores) (2022). *Rostrosferas de América Latina. Culturas, traducciones y mestisajes*. Aracne.
- Boero, S. (2020). Rostros y umbrales: algunos aportes en torno a tres materiales estéticos. Casarín, M. (coord.), *Derivas de la literatura del siglo XXI* (pp. 79-95). EDICEA.
- Delupi, B. (2023). Concealment of the face and new physiognomies. *Chinese Semiotic Studies*, 19(3), 3-13. <http://dx.doi.org/10.1515/css-2023-2018>
- Finol, J.E. & Finol, D.E. (2021). La rostrosfera: mediatizaciones entre lo analógico, lo real y lo digital. *DeSignis - Hors serie 1*, 11-24. <https://www.designisfets.net/hors-serie/el-rostro-en-el-horizonte-digital-latinoamericano/>
- Lévinas, E. (1967). *Découvrant l'existence avec Husserl et Heidegger*. Vrin.
- Voto, C., Finol, J.E. & Leone, M. (2021). Presentación. El rostro digital latinoamericano: desafíos y apuestas. *DeSignis - Hors serie 1*, 7-10. <https://www.designisfets.net/hors-serie/el-rostro-en-el-horizonte-digital-latinoamericano/>



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

IDENTIFICACION DE LOS EDITORES INVITADOS

Baal Delupi. Doctor en Semiótica, Universidad Nacional de Córdoba (Argentina). Licenciado en Comunicación Social, Universidad Católica de Santiago del Estero (Argentina). Becario posdoctoral, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Argentina). Egresado del Programa de Actualización en Prácticas Artísticas y Política en América Latina por la Universidad de Buenos Aires (Argentina). Fue Investigador Posdoctoral en la Università degli Studi di Torino (Italia), Visiting Scholars en el Centre of Discourse Studies de Barcelona (España) y cuenta con un trayecto Postdoctoral en Ciencias Sociales y Humanas del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba. Profesor, Universidad Provincial de Córdoba (Argentina). Se desempeñó como docente en la Universidad Nacional de Córdoba y en la Universidad Nacional de La Pampa (Argentina), además de haber sido profesor invitado en la Universidad de Cádiz (España) y en la Universidad de Murcia (España). Integrante del programa de investigación “Discurso Social. Lo visible y lo enunciable”, Centro de Estudios Avanzados, Universidad Nacional de Córdoba. Su línea de investigación cruza arte, política e intelectualidad en la producción cultural independiente argentina.

Celia Rubina. Doctora en Ciencias del Lenguaje, Université de Toulouse (Francia). Licenciada en Literaturas Hispánicas, Pontificia Universidad Católica del Perú (Perú). Profesora principal, Departamento Académico de Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica del Perú. Es miembro asociaciones académicas como la International Association of Semiotics Studies, la Federación Latinoamericana de Semiótica y el Instituto Riva-Agüero de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Fue miembro del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana y del directorio del Instituto de Radio y Televisión Nacional del Perú. Forma parte del directorio del Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Tiene publicaciones académicas en las distintas áreas académicas donde ha desarrollado sus investigaciones, especialmente en la semiótica discursiva y la semiótica visual. Tiene especial interés en las prácticas lingüísticas, sociales, religiosas y culturales de los Andes peruanos con estudios sobre las tradiciones orales, la iconografía religiosa colonial, la fotografía documental, la cocina popular, las festividades religiosas y los rituales de peregrinación.

Massimo Leone. Doctor en Ciencias Religiosas, Sorbonne Université (Francia). Doctor en Historia del Arte, Universität Freiburg (Alemania). Profesor de “Filosofía de la Comunicación”, “Semiótica Cultural” y “Semiótica Visual”, Università degli Studi di Torino (Italia). Profesor de “Semiótica”, Universidad de Shanghai – 上大; pinyin: Shàngdà – (China). Director, Instituto de Estudios Religiosos en la “Fundación Bruno Kessler” de Trento (Italia). Miembro asociado de Cambridge Digital Humanities, University of Cambridge (Estados Unidos). Ha sido profesor visitante en universidades de los cinco continentes. Ha escrito quince libros y publicó más de seiscientos artículos en el campo de la semiótica, estudios religiosos y estudios visuales. Jefe editor de *Lexia*, la revista del Centro de Investigación Interdisciplinaria en Comunicación de la Università degli Studi di Torino. Además, es coeditor en jefe de *Semiotica*, revista de la International Association for Semiotic Studies publicada por la editorial de Gruyter. Autor de quince libros, ha editado más de sesenta volúmenes colectivos y ha publicado más de seiscientos artículos sobre semiótica, estudios religiosos y estudios visuales. Entre sus últimos libros editados se encuentran: *Mediation and Immediacy: A Key Issue for the Semiotics of Religion* – junto con Yenny Ponzo y Robert Yelle – (2020, Editorial de Gruyter), *Rostrosferas de América Latina. Culturas, traducciones y mestisajes* – junto con Silvia Barbotto y Cristina Voto – (2022, Editorial Aracne) y *The Hybrid Face Paradoxes of the Visage in the Digital Era* (2024, Editorial Routledge).

ARTÍCULOS

ARTICLES

ARTIGOS

Semiotics of monetary discourse

The desertification of the heroic face¹

Semióticas del discurso monetario

La desertificación del rostro heroico

Semióticas do discurso monetário

A desertificação do rosto heroico

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4087>

► JOSÉ ENRIQUE FINOL

joseenriquefinol@gmail.com - Maracaibo - Universidad del Zulia, Venezuela.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9473-9751>

HOW TO CITE: Finol, J. E. (2025). Semiotics of monetary discourse. The desertification of the heroic face. *In Mediaciones de la Comunicación*, 20(2). <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4087>

Submission date: February 20, 2025

Acceptance date: June 9, 2025

ABSTRACT

This article offers a semiotic analysis structured around three main themes: first, a brief reference to certain anthroposemiotic processes associated with coins; second, an inventory of the main semiotic features related

to monetary discourse; and finally, the development of a proposal I will refer to as the desertification of the heroic face, framed within the semioeconomic processes linked to the phenomena of dollarization, which have become particularly relevant in some Latin American countries. The analysis will draw on examples of monetary processes, with special attention to the cases of Ecuador and Venezuela.

KEYWORDS: *heroic face, semiotics, coins, monetary discourse.*

RESUMEN

El artículo propone un análisis semiótico que comprende tres temas principales: en primer lugar, una breve referencia a ciertos procesos antro-po-semióticos asociados con las monedas; en segundo lugar, un inventario de las principales características semióticas asociadas con el discurso monetario; y, por último, el desarrollo de una propuesta que llamaré la *desertificación del rostro heroico*, enmarcada en los procesos

¹ Some of the ideas presented in this paper were presented at the international symposium "Collective Faces, Common Diversity," organized by the Università degli Studi di Torino (Italy) and the Universidad Católica Andrés Bello (Venezuela), Caracas, February 29–March 2, 2024. This project was funded by the European Research Council (ERC) under the European Union's Horizon 2020 research and innovation program (Grant Agreement 819649-FACETS). I would like to thank the organizers, especially Massimo Leone, for the invitation to participate in such an important event.

semioeconómicos vinculados con los fenómenos de dolarización que adquieren una especial relevancia en algunos países de América Latina. El análisis se apoyará en ejemplos relativos a procesos monetarios, especialmente los casos de Ecuador y Venezuela.

PALABRAS CLAVE: *rostro heroico, semiótica, monedas, discurso monetario.*

RESUMO

Este artigo propõe uma análise semiótica estruturada em três eixos principais: primeiramente, uma breve

referência a certos processos antro-po-semióticos associados às moedas; em segundo lugar, um inventário das principais características semióticas vinculadas ao discurso monetário; e, por fim, o desenvolvimento de uma proposta que chamarei de 'desertificação do rosto heroico', inserida nos processos semioeconômicos relacionados aos fenômenos de dolarização, que assumem especial relevância em alguns países da América Latina. A análise será sustentada por exemplos de processos monetários, com especial atenção aos casos do Equador e da Venezuela.

PALAVRAS-CHAVE: *rostro heróico, semiótica, moedas, discurso monetário.*

1. INTRODUCTION

“It was in vain that I told myself
that that abominable nickel disk
was no different from others
that pass from one and to another,
alike, countless, innocuous.
Attracted by this idea,
I tried to think of other coins; but I could not.”²
Jorge Luis Borges (1974), *The Zahir*

“As a medium of exchange, money
operates as a semiotic system for
social agreements and thus determines
how we come to understand the world within
a bounded system of signs and symbols”.
Holoplex (2018), *Money and Semiotics*

I will address three major themes in this paper. First, I will briefly mention some of the anthropo-semiotic processes associated with coins, such as the myths and legends that are constructed around them. These are symbolic units that some societies have linked to monetary signs throughout history. Building on this, I will outline some semiotic features intrinsic to coins, with particular emphasis on numismatic faces, and especially on what Leone (2019) has termed the *heroic face*. Finally, I will discuss what I refer to as the *desertification of the heroic face*, within the framework of semio-economic processes connected to the phenomena of dollarization—developments that have gained significant relevance today in certain countries. My aim is to propose an interpretative hypothesis: namely, that a semiotic phenomenon currently affects the faciality of currency—what I call the *desertification of the heroic face*—manifested in the progressive disappearance or substitution of the symbolic and historical values of certain currencies. Prior to this, I will offer a brief historical contextualization of the origin of coins.

Monetary discourse—understood as the set of numismatic signs created to facilitate economic exchanges, along with the meanings associated with them—plays a decisive semiotic role in the social and cultural life of nations and of the individuals who use such signs. Among these numismatic signs, faces constitute powerful discursive expressions, they are prevalent and become symbols of great semiotic density, capable of expressing societal values and histories. As Lévinas (1977) asserts: “The face speaks. The manifestation of the face is already discourse” (p. 89); and in the case of coins, “they are languages (...) that evoke, that enable dialogue; they exist precisely for the sake of that dialogue” (Braudel, 1984, p. 383). Moreover,

² Translator’s note: Translation by Dudley Fitts.

currency is not simply an economic instrument, a medium of exchange, or a store of value. It is an important mirror of society, its culture, and the political power that governs it; a form of art and propaganda, a barometer of the economy and a poster of values at the same time. (Finetti, 2014, p. 30)

In the processes of creation, persistence, and transformation of the *heroic face*, semio-economic variables come into play, offering insights into new political, social, and ideological directions in Latin America. For this analysis, I will use as an example the dollarization processes in some Latin American countries.

2. THE FACESPHERE: A COMPLEX SEMIOTIC SYSTEM

The face is one of the most complex semiotic systems, a fundamental part of what, following Lotman (1996), I have called the *Corposphere* (Finol, 2015). Its features, expressions, and representations have an almost unlimited communicative capacity that could be classified under the concept of the *Facesphere*. The face can be analyzed as a symbol, icon, and index; its study within the contextual frameworks in which faciality takes place—corporal, historical, social, economic, etc.—helps us understand the dynamic cultural processes of a given society. The face has been the object of study in Anthropology (Le Breton, 2010, 2016), Philosophy (Lévinas, 1977; Marías, 1970; Deleuze & Guattari, 2004), Sociology (Goffman, 1955), and Semiotics (Leone, 2019a, 2019b, 2021, 2023, 2024; Finol, 2014, 2015, 2021b, 2022; Finol & Finol, 2021).

The contributions of these disciplines form a body of knowledge that now extends to the digitalization of the face and to its new and multiple significant capacities. According to Marías, “The face is a privileged part of the body, not only in the sense of being important—perhaps the most important—but in the sense of functioning as a representative of the entire body” (1970, p. 172).

Within this theoretical framework, I will examine the facial representations on some coins with heroic faces, used as a strategy for the collectivization of a set of values specific to a given society at a particular historical moment and which today, in some cases, are losing their validity and adopting new symbolic patterns.

3. COINS: CONVENTIONAL SIGNS

Coins, like words, are conventional signs. Let us recall Saussure’s parallel between coins and words, based on the criterion of *value*:

To determine the value of a five-franc coin, one must know: 1. that it can be exchanged for a given quantity of a different thing, for example, bread; 2. that it can be compared with a similar value in the same system, for example, a one-franc coin, or with a currency from another system (a dollar, etc.). (...)

In the same way, a word can be exchanged for something dissimilar: an idea; moreover, it can be compared with something else of the same nature: another word. (1945, p. 139)

The Dictionary of the Royal Spanish Academy (DRAE) indicates that in Spanish, the word *moneda* (coin) comes from the Latin *monēta*, and this from *Monēta*, the temple of Juno Moneta in Rome, where coins were made. It is interesting to note that among the meanings of the Latin verb *monere* is “to remind,” one of the functions that coins fulfill today, as they are part of the collective memory, of its historical and social symbols.

Coins are filled with “national heroes and prominent figures, emblems, allegories, and mottos” that “aim, on the one hand, to reconstruct an important part of the country’s sociopolitical history, and on the other, to configure a national identity that promotes identification with the cultural community to which we belong” (Paredes, 2001, p. 37). The history of coins is key to understanding not only the economic but also the historical and cultural processes of a given society, with which coins maintain intense and extensive relationships. Coins continue to surprise us, among other things, because they are an object of enormous semiotic complexity. As Rastier (2004) says, “la monnaie est un objet culturel complexe, tout à la fois outil, symbole et œuvre” (p. 5)³. It is a tool as an instrument of production and exchange; it is a symbol due to its capacity to represent; and it is a work of art for Archaeology and Numismatics.

Initially, monetary symbols replaced barter and, like all symbols, served a mediating function related to economic exchanges. In the second half of the 7th century BC, in the city of Lydia, in Anatolia, present-day Turkey, the first gold and silver coins appeared. These responded to the need to eliminate the difficulties inherent to the barter system, a practice known as permutation, which originated in the so-called Neolithic Revolution or Agricultural Revolution, particularly when nomadic peoples became sedentary⁴. However, barter is still practiced today between large companies in specific cases and also in countries experiencing severe economic crises characterized by sharp currency devaluations⁵.

The appearance of the first coins led to the construction, improvement, and institutionalization of minting houses, where the technologies necessary for the monetary minting process were developed. One of the most famous and best studied mints is that of Rome:

³ Translator’s note: In French in the original text. Suggested English translation: “A coin is a complex cultural object: a tool, a symbol and a work of art all at once”.

⁴ “The adoption of agriculture in the Neolithic is, without a doubt, one of the most important and far-reaching events in the history of humanity as a species. The emergence and subsequent expansion of agriculture to different areas of the planet is estimated to have taken place approximately 10,000 to 5,000 years ago” (Merino, 2017, n/a).

⁵ “SL, an international company specializing in barter, which allowed Brazil and Mexico to conduct negotiations and exchange Mexican oil for Brazilian products worth \$1 billion, another organization that develops bartering is Red Global de Trueque, an Argentine company with millions of users worldwide that seeks to use barter as a way to help people get rid of unnecessary items in exchange for items of interest” (Artieda Rojas et al., 2017, p. 290).

Lo storico Tito Livio tramanda (Ab Urbe condita, VI, 20, 13) che la prima zecca romana era sorta sulla cima settentrionale del colle Capitolino, l'Arx: lì si trovava il tempio di Giunone Moneta (aedes Iunonis Monetae) ma la precisa collocazione è ancora ignota. Giunone, per l'appunto, sul Campidoglio era venerata con l'epiclesi 'Moneta', ossia l'ammonitrice; e l'attributo della dea finì con l'identificare quel luogo con lo spazio destinato alla coniazione e, per estensione, col prodotto stesso. (Rosato, 2014, p. 3)⁶

That first minting house set an example for many peoples around the world, and the profiles of Roman emperors abounded in the designs and coins issued there, establishing an almost automatic relationship in the Western world between the political power represented and the profile of the effigy.

3.1. Coins and Their Values

Coins have at least six types of values:

- *Economic value*: related to their capacity as a medium for commercial and financial transactions.
- *Historical value*: expressed in the representation of heroes, historical events, etc.
- *Numismatic value*: based on the rarity or uniqueness of the coinage.
- *Artistic value*: thanks to the aesthetic qualities of their design and minting.
- *Mythical value*: observed in the myths, legends, and stories represented on many current coins and also on some ancient ones. As Finetti (2014) points out, "the most numerous types (of Roman coins) are those relevant to the sphere of worship, religion, and mythology that use symbolic corporeal representations (...) or to the divine sphere, to which the emperor himself belongs" (p. 96). In many cases, coins play an apotropaic role.
- *Material value*: this is related to the raw material used in the minting process (gold, silver, nickel).

What I call *mythical value* can be of two kinds: an internal one, such as the incorporation of mythical figures into the design of the coin; and an external one, as occurs with its use in mythological situations. An example of the latter is the ritual practice of some societies that consists of placing

⁶ Translator's note: In Italian in the original text. Suggested English translation: "The historian Livy relates (Ab Urbe condita, VI, 20, 13) that the first Roman mint was built on the northern summit of the Capitoline Hill, the Arx: there stood the temple of Giunone Moneta (aedes Iunonis Monetae), but its precise location remains unknown. Indeed, on the Capitoline Hill, Giunone was venerated with the epiclesis «Moneta», that is, the *admonisher*; and the goddess' attribute eventually identified that place with the space used for minting and, by extension, with the product itself."

coins on the eyes or under the tongue of the dead⁷. Arévalo González (2010) points out that:

The presence of coins in tombs is linked to the funerary trousseau because they are highly appropriate objects given their notable symbolic significance, containing religious images and symbols that were meant to please the gods, and their low material value, which made them accessible to the majority. At the same time, coins, with their divine images, were meant to be suitable objects to protect the deceased in their new life, thus serving as amulets and also as talismans; a use that was meant to begin in everyday life and continue into the afterlife. Furthermore, its value as a means of payment could make life easier for the deceased in the afterlife. (p. 17)

In Puebla, Mexico, it was customary to place in the coffin containing the body of the deceased a “bag with 13 coins to make a payment or ‘in case they left a debt during life’” (Flores Delgado, 2013, p. 6).

The material value refers to the raw material used in the minting, which in some cases has significant value in the mineral market. This fact was evident, for example, when Venezuelan President Rómulo Betancourt (1908-1981) devalued the bolívar in 1961, so that its face value was lower than the value of its raw material, silver, which is known as fiduciary currency. In 1965, Venezuelan coins ceased to be minted in silver because the price of this material rose on the international market, and they were then monopolized for their raw value. In 1988, a second coin shortage occurred in Venezuela. Due to a sharp devaluation, the nickel used to make the one- and two-bolivar coins exceeded their face value, leading to a massive smuggling of coins to neighboring countries, where they were melted down and used for industrial purposes.

The aforementioned monetary values reflect the enormous potential that coins hold for the study of civilizations and cultures throughout history. It is therefore not surprising that the Italian Academy of Numismatic Studies uses this maxim to identify its work: *Humana per nummos perquiro*, which translates as “I investigate human affairs through coins.” In this monetary discourse, faces, their different representations, stories, and characteristics, occupy a privileged place.

7 “We have archaeological evidence in Greece of the ritual of placing a coin in the mouth of the deceased very occasionally in the late 5th century BC and during the 4th century BC, but this tradition does not seem to have achieved a certain degree of popularity until the Hellenistic period, when it is found in tombs in places as distant as Greece, Magna Graecia, Sicily, and Etruria. With the expansion of the Roman Empire, the phenomenon reached even greater extension, being observed in regions that were previously peripheral to the classical world” (Arévalo González, 2010, p. 17).

3.2. Semiotization of Monetary Space

The mediating, pragmatic, and economic function of coins soon evolved into a dual semiotic function: on the one hand, the field of these signs became a space for symbolic representations; on the other, their materiality itself became a value beyond its economic value. These first coins began to use this space to represent mythical values, particularly figures from Greek mythology. Coins, their histories, situations, and representations can be analyzed to break them down into symbolic units. An example of this symbolic function are the numerous legends and beliefs embodied in coins. Sardelli (2008) recalls some Italian legends:

Finding a coin on the ground brings good luck. (...) it is advisable to pick it up and keep it (M. A. S., Padova, 1979). Others say that a coin should be picked up only if it is heads up. If it is tails, it is better to leave it, as it would bring bad luck and lead to the loss of money. (...) coins with a hole in the center bring good luck. (p. 14)

Likewise, in the ritual of exchanging certain gifts, coins can contaminate and influence the recipient: "Receiving a purse as a gift is a sign of bad luck, as it predicts ruin or poverty. To ward off bad omens, the giver must leave a symbolic coin in the purse" (Sardelli, 2008, p. 15). Perhaps the most famous myth in several countries where coins acquire symbolic value is that of the thirty coins Judas received to hand Jesus over to the Jewish Sanhedrin, an event narrated in Matthew 26:14-15. These thirty coins symbolize betrayal⁸.

Old urban legends linked to coins and treasure have also circulated in Venezuela. One of them indicates that when someone has died and left a treasure, their soul will indicate it with a light on their grave: "Where there is something buried, 'the soul of the owner will try to indicate to a loved one their great treasure, and at night it reveals its location with a light'" (Torrealba, 2024, n/p.). Here, it is worth asking: what are the values, the symbolic units, that the US currency has in the current dollarization processes taking place in some Latin American countries? We will return to this topic.

3.3. Monetary Discourse

Monetary discourse is articulated as a semiotic system with formal, symbolic, and material characteristics. These formal characteristics include, among others, lines, angles, colors, shapes, and spaces; symbolic characteristics include images, texts, and microtexts. Finally, material characteristics relate to the minerals used for minting.

⁸ A very popular tale states that the thirty coins received by Judas still exist and can be found in several countries. Several places have claimed to have some of Judas' 30 coins in their possession (...) Along with Spain, Germany, Brazil, Colombia, France, Italy, Peru, Portugal, and Venezuela also claim to have some of these coins. Even more striking is the case of the Zacatecas Cathedral in Mexico, which claims to have no fewer than seven coins in its possession (Valverde Ayuso & Pérez García, 2021).

The design and minting of coins require artistic and technological skills to construct a *numismatic syntagm* where lines, angles, colors, and spaces are articulated within a very small area, much more limited than that of banknotes, and assembled under a single shape. The most common shapes today are the circle, the square, and the octagon, but it is also possible to find wavy, rectangular, and triangular shapes. There are three monetary spaces: the obverse (or head), the reverse (or tails), and the edge. The latter can be smooth, grooved, or include words or numbers, which implies a greater thickness than usual. Furthermore, coins always use high and low relief, which are supported by the *field*, a significant axis that differentiates high from low relief and introduces the notion of *depth*. The *field* is limited by the margins of the images and text, on one side, and by the *edge*, on the other. The *field* can also be smooth or perforated, as in some ancient Chinese coins or those of the Spanish Republic (Images 1, 2, and 3):

Image 1. 20 pesos coin with a wavy or dodecagonal edge



Source: Casa de Moneda de México (National Mint of México), 2021.

Image 2. 25 cents coin of the Spanish Republic, 1934, with a hole in the center



Source: <https://www.todocoleccion.net/> - (Photo: Rafandalucia).

Image 3. Rectangular coin, minted by the Fábrica Nacional de Monedas y Timbres, España (National Mint of Spain), in homage to Salvador Dalí, 2021



Source: Fábrica Nacional de Monedas y Timbres, España (National Mint of Spain).

3.4. The Shape

Regarding their geometric shape, coins were not always circular, as most are today. In ancient times, there were square coins, as well as bar-shaped coins and even axe-shaped coins. In modern times, coins with rectangular and even triangular shapes appeared, allowing them to create a strong distinction based on the shape. In 2010, the Banco Central de Reserva del Perú (Central Reserve Bank of Peru) minted a numismatic series called *Wealth and Pride of Peru* (Image 4), with 26 octagonal coins. These coins do not feature the faces of heroes or prominent figures, but rather archaeological, textile, and architectural elements that seek to highlight the national identity (Carbajal Fernández, 2021).

Image 4. Three of the coins from the *Wealth and Pride of Peru* series minted by the Banco Central de la Reserva de Perú (Central Reserve Bank of Peru) in 2010



Source: Banco Central de Reserva del Perú (Central Reserve Bank of Peru) - <https://www.bcrp.gob.pe/billetes-y-monedas.html>

The preference for the circular shape is related to its origin and tradition; in those early periods, it was frequently used, but it is also a product of its adaptability and handling. Circle and profile became a sort of obligatory, natural accompaniment, which later translated into some portrait and even philatelic representations, where, although the stamp was square, the effigy's face could be in a circle.

3.5. The Text

Another important aspect in the semiotics of the monetary image is the text that accompanies the face. In some cases, the person or figure's name does not appear, only their profile, but in others, it is essential for recognizing them. Regarding the face, the text serves an anchoring function (Barthes, 1964) that facilitates its recognition and interpretation. Among the fundamental characteristics of monetary text are brevity, characteristic of mottos such as "In God we trust" or "Et pluribus Unum" on the dollar; nominalism, which can be of two types: the name of the coin or the name of the figure depicted; the monetary value, expressed in numbers, but also spelled out on some coins; and the mint and mint date.

3.6. Images: The Numismatic Facesphere

Like words, coins, as well as banknotes, despite their apparent simplicity and everyday use, have enormous semiotic density, which applies in particular to the faces that appear in them. Coins have used numerous types of images throughout history, including those of animals, landscapes, monuments, etc. But the most common image, since the Roman Empire, is that of faces. What are the most common types of faces on coins? According to Vargas, "30.24% of the people appearing on currency globally are monarchs; 20.74% are heads of government; 20.74% are politicians; 8.22% are military authorities; 5.13% are poets; 3.02% are religious leaders; 2.26% are authors; 1.73% are artists; 1.51% are writers; and 1.51% are musicians" (Vargas 2022, s/p). The first coin to feature a face was the Athenian tetradrachm in 490 BC (Vargas, 2022).

In the *numismatic facesphere*, subjects most frequently appear in profile, but also diagonally or frontally. How should we interpret the profile face on coins? For convenience, I asked ChatGPT for an answer. This is the answer it gave:

- *Representation of individuality*: The profile highlights each person's unique characteristics.
- *Classical art*: In the sculpture and painting of Ancient Greece and Rome, profiles (...) were associated with the idea of beauty and proportion.
- *Psychological symbolism*: The duality of the human psyche, with the

visible half reflecting the conscious and the hidden half suggesting the unconscious.

- *Recognition and symbol of identity*: Nowadays, the profile is often used on social media and online profiles as a visual representation of a person's identity.
- *Elegance and style*: Some depictions of profile faces have been associated with elegance and style, especially in the world of fashion and photography. (ChatGPT, 12/02/2024)

I will add two hypotheses to the aforementioned general interpretations. The first: the profile is the position of the face that engages with a space beyond, outside the monetary text, creating a sort of communicative triangle involving the gaze, the coin's user, and that horizon toward which the facial profile gazes. Although it hides one of the eyes, the profile emphasizes the nose, an element of facial orography that highlights haughtiness, pride, and aggressive definition—characteristics it would not have in a frontal representation. A second hypothesis: the profile shows strength, composure, determination, and courage. The vast majority of the first faces minted on coins used profiles of figures, many of them imperial, mythical, or heroic figures. Facial profiles include, like all bodily signs, a *corporality* and a *corporeality*. The first points to their significant features, and the second to the situated meanings they embody. The *corporeality* of monetary faciality often lacks emotion, as if its inclusion in a monetary symbol would dehumanize it to some extent (Image 5).

Image 5. Coins of Roman emperors characterized by a face in profile and with a right-facing orientation



Source: Rosato (2014, p. 6).

Another interesting feature in the *numismatic facesphere* relates to coins that feature historical figures, not always heroic ones. Such is the case with the orientation of the gaze used in British royal numismatics, which alternates with each monarch. King Charles III, for example, looks to the left on the coins where his face appears, because his mother, Queen Elizabeth II, looked to the right (Image 6). In philately, on the other hand, monarchs always look to the left. It is interesting to note that while Queen Elizabeth appears with a crown, King Charles III appears without one. This presence/absence dialectic seems to point toward a modernization and reduction of the royalty's inherent distance from its people, bringing it closer to popular perception and counteracting the erosion of traditional, quasi-sacred values that characterizes stale monarchies nowadays.

Image 6. Coins with the effigy of Queen Elizabeth II of Great Britain facing right and the new King Charles III facing left



Source: Queen Elizabeth: Numismática Visual. <https://www.numismatica-visual.es/> - King Charles III: The Royal Mint. <https://www.royalmint.com/>

The diagonal gaze would show a better form of communication; the subject approaches the viewer in a more dynamic way to seem more human. Many of the depictions of oblique gazes on coins are based on the Diagonal Method discovered by photographer Edwin Westhoff (2006):

The technical side of Diagonal Method is rather simple: each 90-degree corner of a work of art can be divided into two angles of 45 degrees. This dividing line is actually called the bisection line (...). It appeared that artists were intuitively placing details which they found important, on these lines with a deviation of max. 1 to 1,5 milimetre. (s/p)

The frontal gaze seeks the interlocutor to achieve a certain communicative

plenitude, a commitment to the other person, since it has an appealing quality through which the viewer summons and questions the person being gazed. In the frontal gaze, there is a relationship of balance and summoning that the recipient must either accept or deny.

3.7. Coins Without Faces

Three of the most important meanings related to coins are those related to contact, invisibility, and hygiene. Regarding the semiotics of contact, one example is the monetary system used in leper colonies in the 19th century. By decree of the Liberator Simón Bolívar in 1828, a leper colony was built on Lake Maracaibo, Zulia state, Venezuela, on a small island called Providencia. According to Pérez (2018),

it became a complete citadel that included the country's first leper hospital, a prefecture, a prison, small squares, a library, a cemetery, a school of arts and crafts, a post office, a market, residences for patients who lived in couples, two churches (one Catholic and one Protestant), and even its own cinema at the beginning of the 20th century. (n.d.)

A unique monetary system was created there to avoid contact with users of national currencies and prevent the spread of Hansen's disease. The monetary system used in leper colonies performs a double inversion of one of the characteristics of coins: on the one hand, it limits contact between the inner world, the leper colony, and the outer world, the rest of the country. On the other hand, these coins feature a double absence of faces: a physical absence, since these coins have no effigies, and a human absence, since, in a certain sense, lepers also lack faces —the disease affected their faces, and society rejected them, isolated them, and rendered them invisible. These coins lack faces because in leper colonies, their users also lack them or are disfigured (Image 7), or, as Borges (1974) says, hidden beneath the veil or face covering, faces turned into masks:

With a bowed head, servile (...), two captains tore off the stone-studded Veil. The promised face of the Apostle, the face that had been in heaven, was indeed white, but with the peculiar whiteness of stained leprosy. It was so bulging or incredible that it seemed like a mask. (p. 328)

Image 7. Monetary cone used in the leper colony on Providencia Island (1916), Lake Maracaibo, Venezuela. Leper colonies, leper coins



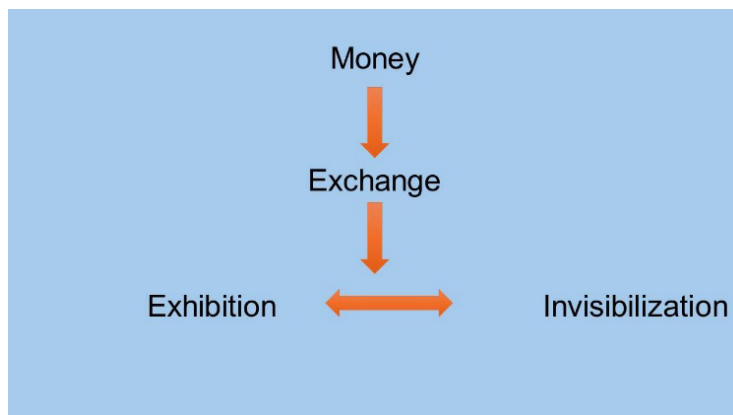
Source: Photo taken from Medium.com - <https://medium.com/@vivianlee.mit/lazaretos-monedas-de-leprosos-aab88cb7ef82>

Coins without faces were also minted in lazaretos in Colombia, Brazil, Hawaii, Costa Rica and in those administered by the United States in the Philippines and in the Canal zone in Panama. Only the Philippines coins included the face of José Rizal, hero of that country's independence. The coins from the United States in the Panama Canal zone were very similar to normal coins, but with a hole in the center to distinguish them from coins in common use (Ruiz Calleja, 2016).

4. COINS: SEMIOTICS OF INVISIBILIZATION

In general, coins live their life as a sign in three forms: exchange, collection and museum exhibition. The exchange is situated in a constant dialectic between exhibition and invisibilization (Figure 1).

Figure 1. The life of coins as signs



Source: Own elaboration.

In numismatic collections, “the coin appears as a commodity among others” (Foucault 1968, p. 169). That is to say, as any commodity, coins are bought, stored and sold or, in some cases, bartered. In the museum exhibition, the historical and aesthetic value of coins is updated and disseminated. Today the invisibilization is carried out mainly in banks or in domestic strongboxes and more recently in digital transactions, but in some Latin American countries these invisibilizations were called “entierros” (burials, in Spanish): the coins and bills were buried or walled up in the house.

4.1. Coins: Bacteria, Fungi and Viruses

Other meanings associated with coins are related to hygiene. Coins and bills are considered, especially after the recent COVID-19 pandemic, as carriers of illnesses. Researchers from the University of New York found up to 3,000 types of bacteria in bills. The University of Oxford found 23,000 types of bacteria in coins and bills. Even new coins can reach up to 2,400 bacteria, in addition to viruses and fungi.

4.2. Coins in the Facesphere

Coins not only have a relationship with the Facesphere based on the representation of heroes, kings, mythological beings, or popular figures. They are also part of a relationship of mythical exchange, in which the eyes play a fundamental role. The eyes are signs with a remarkable communicative capacity, which express life. Inner life, since “the eyes are the windows to the soul.” And outer life, since they see the world, and they close upon death. This is why coins also become symbols of death.

The best-known example of the relationship between eyes and coins is found in Greek mythology, where coins were placed on the eyes of the dead or as payment to the ferryman Charon—the so-called Charon’s obolus—to cross the River Styx and reach the underworld. On other occasions, a coin was placed in the mouth of the deceased to prevent their soul from escaping.

4.3. The Desertification of the Heroic Face

I take the term “heroic face” from a lecture by Massimo Leone entitled “Semiotics of the Heroic Face: The Case of José Gervasio Artigas” (Leone, 2019a). The problem with the portrait of Artigas, Leone points out, was that there was only one indexical version in existence, made of the hero himself, while still alive. But in that single version, Artigas appears as an old man, toothless, with a cane, a version that hardly aligns with the canons governing the representation of a warrior hero. However, as Leone rightly points out, what matters most in the construction of the hero’s face is not its indexical truth, but rather its transformation into iconic verisimilitude, and their transformation into symbolic

efficacy. This reflection is somewhat applicable to the case of the painting *Miranda en la Carraca*, painted by Arturo Michelena in 1896, for which the artist did not use the physical, indexical presence of the precursor to Venezuelan independence, but instead used as a model the writer Eduardo Blanco, author of the epic novel *Venezuela Heroica* (1883).

Based on Leone's reflections on the heroic face, I have asked myself, what happens when a country replaces its faces and currencies with those of another country? How should we interpret the replacement of one heroic face with another? What values emerge from the new faces minted on the currencies? How do these substitutions affect identity processes? I believe we can suggest some answers to these questions if we analyze the dollarization processes that are occurring or have recently occurred in Latin America.

4.4. Official Dollarization and De Facto Dollarization: The Disappearance of the Republican Face

Today, we find two forms of dollarization: official and de facto. Among the nine countries that use the US dollar as their official currency, four are Latin American: El Salvador, Ecuador, Panama, and Puerto Rico. The countries that it could be argued are currently de facto dollarized are Argentina and Venezuela. In Ecuador's case, the dollar operates alongside a limited circulation of the Sucre, the official currency of Ecuador since 1884. Ecuador dollarized its economy on January 9, 2000.

Dollarization, both official and de facto, has meant the emergence of new faces: a new semioeconomy in which the faces of heroes from the United States replace the faces of Latin American heroes. In Ecuador, the face of Marshal Antonio José de Sucre, liberator of that country, has been replaced by the faces of Washington, Lincoln, and even Kennedy. The history of Ecuadorian coins is displayed in the Numismatic Museum of Quito, which explains the process of desertification of the republican face, that of Marshal Antonio José de Sucre, replaced by the faces of other heroes.

4.5. The Republican Profile vs. the Colonial Profile

In the case of Ecuador,

the abandonment of the sucre in favor of the dollar can be interpreted as the product of the destabilizing effects of partial dollarization (...), of a difficult national cohesion, of lobbying by the coastal oligarchy, of the collapse of an economic model incapable of resolving the consequences of the debt crisis (...), and of the abdication (...) of the political class in the late 1990s. (Gastambide, 2010, p. 351)

In El Salvador, the official currency, the Colón (1892), was replaced by the

US dollar, as was the case in Panama, whose official currency was the Balboa, still a minority legal tender in that country. What is surprising about these cases is that, unlike Ecuador, both El Salvador and Panama had coins that did not bear the faces of their national heroes, but rather of Spanish conquistadors. Christopher Columbus, in the first case, and Vasco Núñez de Balboa, in the second.

In the case of Venezuela, de facto dollarization is not a new phenomenon. Dollarization had already taken place previously, since, as Torrealba rightly points out:

After the dissolution of Gran Colombia in 1830, the newly created Republic of Venezuela did not have an official currency. The shortage of currency was solved with the introduction of foreign gold and silver coins, and it was United States coins (...) that were used to carry out the purchase and sale of goods and services. Colombian pesos and US dollars were quite common for all kinds of financial transactions, the most popular of all (...) being the US\$20 gold coin. (Torrealba, 2024, n/a)

The Venezuelan regime attempted to renew the face of its currencies. To this end, in 2010, Simón Bolívar's body was exhumed to "discover" the "authentic" face of the Liberator, so as to mint it subsequently. In the new image, the traditional profile was replaced by a diagonal angle (Image 8).

Image 8. One-bolívar coin included in the new monetary cone established by the Central Bank of Venezuela in 1921, with the new image of the Liberator Simón Bolívar, where he no longer appears in profile and his facial features have been modified.



Source: Photo taken from Wikimedia Commons.

Is it, perhaps, thanks to the enormous communicative capacity of the eyes that it was decided to include both eyes in the new Venezuelan monetary cone? The gaze here is crucial and coincides with the change in gaze direction of the horse that appears on the Venezuelan coat of arms created in 2017.

5. ¿A NEW MONETARY FACESPHERE?

Some countries have begun to design a new monetary faciality. Former US President Barack Obama had already decided to replace the face of Andrew Jackson, a slave owner, with that of slavery abolitionist Harriet Tubman on the twenty-dollar bills. Then, Donald Trump, in his first administration, halted the project, while Joe Biden suggested he would continue with it, although the bills have yet to appear.

More than 30 countries, former British colonies, use the face of Queen Elizabeth II on their currencies. In February 2023, Australia decided not to include the image of the new King of Great Britain on its five-dollar bills. It will replace it with images of Indigenous culture and history. Charles III will appear only on the coins. In 2022, Barbados disavowed Elizabeth II as its “head of state,” removed her face from its coins, and became a republic. Other countries undergoing similar processes are Antigua and Barbuda, the Bahamas, Belize, Grenada, Jamaica, and Saint Kitts and Nevis.

5.1. The Facesphere: Monetary Discourse and New Feminine Faciality

The United States government is currently developing the *American Women Quarters Program*, which includes 20 female faces. Celia Cruz, the Cuban-born Queen of Salsa, will be the first African American whose face will appear on a U.S. coin this year. Although the reverse of these new coins will retain the face of George Washington, this represents a political and cultural shift of adaptation and recognition. France also announced three new female faces on its 10, 20, and 50-cent euro coins in 2024: Joséphine Baker, Simone Veil, and Marie Curie.

Ecuador has also minted new coins featuring several former presidents, artists, writers, and athletes, as well as Tránsito Amaguaña, a leader who played a historic role in the struggles for land and indigenous rights in that country. An interesting aspect is that none of these thirteen new coins, destined to coexist with the dollar, have profile images. They all have diagonal gazes, except for that of soccer player Alberto Spencer, who appears full-length. This evidences a new conception of heroic faciality in monetary discourse and a new semiotics of the gaze, in which the subjects depicted converse with the user.

6. FACIALITY, MONETARY SEMIOSIS AND IDENTITIES

It is impossible to talk about monetary discourse and not talk about identity processes. For some decades now, the validity of the concept of identity has been discussed. Remotti, for example, considers it full of “mythes, aussi misérables

que stupides” (In Calame, 2020, p. 1)⁹. For Calame (2020), the identity

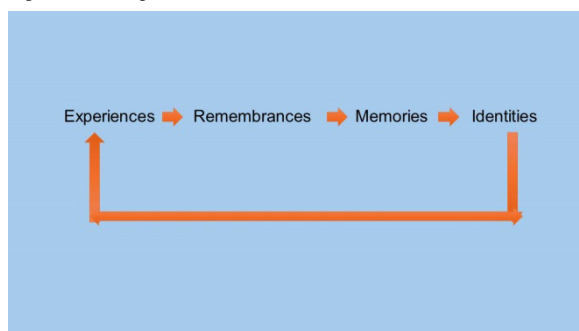
se construit et se modifie de manière constitutivement *anthropo-poétique*, c’est-à-dire dans une fabrication interactionnelle et culturelle de l’être humain avec ses proches, en particulier par la communication langagière, qui à l’évidence relève d’une sémiotique. (p. 1)¹⁰

For Karam (2004), social identities are “sociocultural processes under constant construction, in which the subjects of a social group question the repertoire of signs of their universe of belonging” (p. 4); while social representations are

a set of *signs, narratives, and practices* placed in the social and cultural contexts in which they are addressed by specific subjects to configure a *sense of belonging* and give certain meanings to their courses of action and social networks (that is, their relationship with other subjects and social groups in the broader context of the city, the country, and the world). (p. 4)

For Borges (1974), “personal identity is known to reside in memory, and the annulment of that faculty is known to result in idiocy” (p. 364). Like personal identity, collective identity is mobile and fluid, plural, relational, and dynamic (Figure 2). To understand the usefulness of this concept, we must situate it within dynamic interaction:

Figure 2. Mobile, plural, fluid, relational identities



Source: Own elaboration.

It is in this dynamic interaction of time, space, and subjects that identities are forged and actualized in action and under certain circumstances. In this sense, identity is a situated construct: it is tied to contexts, but always has a common core that allows it to traverse time. As Borges says,

⁹ In French in the original text. Suggested English translation: “Myths, as miserable as they are stupid.”

¹⁰ In French in the original text. Suggested English translation: “...is constructed and modified in an intrinsically anthropopoietic way, that is, in an interactional and cultural construction of the human being with those around them, particularly through linguistic communication, which is clearly a matter of semiotics.”

“the contradiction between time passing and identity enduring” (p. 857).

Monetary discourse is an anchor in the unfolding of history and generates mechanisms of memory, belonging, and identities. Foucault (1968) expressed it this way: “Money is a solid memory” (p. 180). The Romans, around the middle of the 2nd century BC, defined their first monetary identity by using on their coins the depictions of the twins Castor and Pollux, demigods and sons of Zeus, (Finetti, 2014).

6.1. Faciality and Monetary Semiosis

In contemporary semioeconomic processes, the strong republican symbolism that coins represented has given way to economic pragmatics, and many of those familiar faces have deserted and ceded their space to faces from the canon of the United States.

To answer the question posed earlier, I believe that US currency is perceived as surrounded by socialized semantic values, such as “strength,” “value,” “modernity,” “permanence,” positive connotations that foster citizen receptivity. Proximity, contact, and invisibility are part of monetary context. Hygiene, directionality, shapes, and materiality characterize monetary semiosis, and in particular the faciality that makes up the Facespheres.

6.2. Currencies Without Faces: ¿Cultures Without Identity?

The replacement of heroic faces seems to reach its full desertification with the new monetary symbols: cryptocurrencies, digital or virtual currencies that are independent of central banks and governments. The best known are Bitcoin, Ethereum, Ripple, and Litecoin, but there are already more than 10,000 cryptocurrencies. These are currencies without the materiality that always characterized them, but, above all, they are faceless currencies. This would be a further step toward the universalization of monetary culture and toward local de-identities. Toward world uniformity and homogenization.

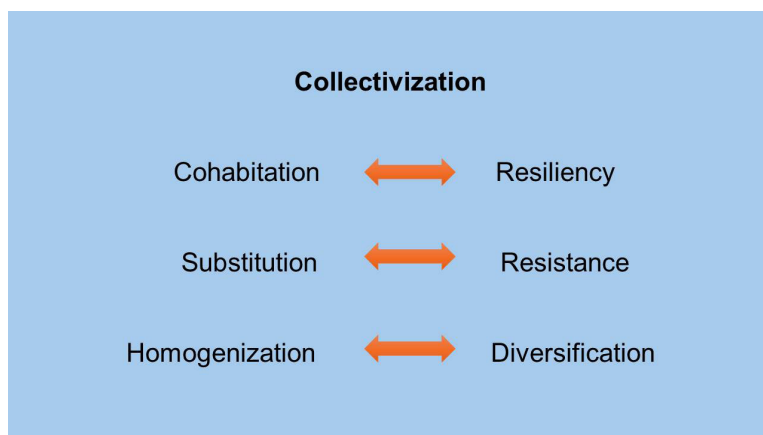
7. CONCLUSIONS: OTHER HEROIC FACES

In the desertification of the heroic face, in this loss and resignation of our monetary faciality, we seem to see the fulfillment of the verses of the great Venezuelan poet Rafael Cadenas (n.d.), 2023 Cervantes Prize winner:

I had to hide
my face,
become
elusive,
be silent, quelled

Other heroic faces have begun to occupy our monetary spaces; the culmination, perhaps, of new conquests and colonizations, of new forms of power and domination, for, as Pérez (1986) says, “le discours monétaire, par les possibilités qu’il offre à qui en contrôle ou en détient la production, (...) s’affirme comme un outil important de domination et de pouvoir” (p. 391)¹¹. (Figure 3)

Figure 3. The collectivization process



Source: Own elaboration.

These new conquests and colonizations seem to follow a process very similar to culinary processes. In the world’s major shopping centers today, we see the same stores, the same brands, the same restaurants, and only a local minority resists the homogenization of the world.

One of the most interesting aspects of recent monetary faciality is the presence of a new conception of heroism and a new semiotics of gazes. The faces of new social heroes—indigenous leaders, writers, artists—occupy the spaces of monetary discourse and reclaim their role in the social and cultural life of countries. New gazes communicate a loss of heroic solemnity in favor of a more relational, more social, and more user-friendly everyday life and communicative quality. Unlike giant faces (Leone, 2019b), the faces on coins are small, generally excluding the entire body¹², and yet have great symbolic efficacy (Lévi-Strauss, 1949).

To conclude, I will return once again to Borges (1974). In his short story *The Zahir*, he said that “every coin in the world is a symbol of those famous coins which glitter in history and fable” (pp. 590 and 591). Furthermore, the great Argentine writer, speaking of that coin, the *Zahir*, which is “obsessive,

¹¹ In French in the original text. Suggested English translation: “Monetary discourse, through the possibilities it offers to those who control or possess its production, (...) asserts itself as an important tool of domination and power.”

¹² For an extensive analysis of the representation of the body on coins in 20th-century Italy, see Finetti (2014).

notorious, visible, manifest, incapable of going unnoticed,” tells us: “Perhaps I shall conclude by wearing away the Zahir simply through thinking of it again and again. Perhaps behind the coin I shall find God” (p. 595).

REFERENCES

- Arévalo González, A. (2010). Interpretación y posibles usos de la moneda en la necrópolis tardo- púnica de Gadir. *Mainake*, XXXII(1), 15-36. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3643332>
- Artieda Rojas, J. R., Mera Andrade, R. I., Muñoz Espinoza, M. S. & Ortiz Tirado, P. S. (2017). El trueque como sistema de comercialización. Desde lo ancestral a lo actual. *UNIANDES EPISTEME: Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 4(3), 288-300. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6756265>
- Barthes, R. (1964). Rhétorique de l'image. En *Communications*, 4, 40-5. <https://doi.org/10.3406/comm.1964.1027>
- Borges, J. L. (1974). *Obras Completas 1923-1972*. Emecé.
- Braudel, F. (1984). *Civilización material \ economía y capitalismo, siglos XV-XVIII*. Alianza Editorial.
- Cadenas, R. (s/f). *Material de lectura*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Calame, C. (2020). La question de l'identité: pour une sémiotique éco-anthropologique. *Actes Sémiotiques*, (123). <https://doi.org/10.25965/as.6422>
- Carbajal Fernández, A. (2021). Iconografía e identidad nacional en la serie numismática *Riqueza y Orgullo del Perú*. Tesis de grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú.
- Finetti, F. (2014). *La representación del cuerpo en la iconografía numismática mediterránea occidental. El caso de las monedas del reino de Italia en el siglo XX. 1900-1943*. Tesis doctoral, Universidad de Barcelona, España.
- Finol, J. E. (2014). Antropo-Semiótica y Corpósfera: Espacio, límites y fronteras del cuerpo. *Opción* 74, 154-171.
- Finol, J. E. (2015). *La Corpósfera. Antropo-semiótica de las cartografías del cuerpo*. CIESPAL Ediciones.
- Finol, J. E. & Finol, D. E. (2021). La rostrosfera: mediatizaciones entre lo analógico, lo real y lo digital. *deSignis*, 1, 11-23.
- Finol, J. E. (2021). *On the Corposphere. Anthroposemiotics of the body*. De Gruyter Mouton.
- Finol, J. E. (2022). La Corpósfera: Rostro y pasiones, identidades y alteridades. En

Barbotto, S., Leone, M. & Voto, C. (Editores), *Rostrosferas de América Latina: Culturas, traducciones y mestizajes* (pp. 13-29). Università degli Studi di Torino-FACETS.

Flores Delgado, A. (2013). Rituales y creencias en torno a la muerte en Santa Cruz Analco, Puebla. *Vita Brevis*, 2(3), 1-13.

Foucault, M. (1996). *Las palabras y las cosas*. Siglo XXI Editores.

Gastambide, A. (2010). *El camino hacia la dolarización en Ecuador*. FLACSO.

Goffman, E. (1955). On Face-Work. *Psychiatry*, 18(3), 213-231. <https://doi.org/10.1080/00332747.1955.11023008>

Holoplex (2018). *Money and Semiotics*. <https://steemit.com/money/@holoplex/money-and-semiotics>

Karam T. (2004). El cuarto modelo de la enseñanza en las ciencias de la comunicación. *Global Media Journal*, 1(2), 1-6. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68710209>

Le Breton, D. (2010). *Rostros*. Letra Viva.

Leone, M. (2019a). Rostros populares, rostros populistas: para una semiótica de la efigie heroica (el caso de José Gervasio Artigas). *deSignis*, 31, 171-179. <http://dx.doi.org/10.35659/designis.i31p171-179>

Leone, M. (2019b). The Semiotics of the Face in Digital Dating: A Research Direction. In *Digital Age in Semiotics and Communication*, 2, 18-40.

Leone, M. (2021). Mala cara: normalidad y alteridad en la percepción y en la representación del rostro humano. *Signa*, 30, 191-211. <https://doi.org/10.5944/signa.vol30.2021.29305>

Leone, M. (2023). Semioética del rostro. En Voto, C., Soro, E., Fernández, J. L. & Leone, M. (editores), *Rostrotopías. Mitos, narrativas y obsesiones de las plataformas digitales* (pp. 207-230). Aracne.

Leone, M. (2024). The Right Face of Food. *Signata*, 15. <https://doi.org/10.4000/127wp>

Lévinas, E. (1977). *Totalidad e infinito. Ensayo sobre la exterioridad*. Sígueme.

Lévi-Strauss, C. (1949). *Antropología Estructural*. Paidós.

Lévi-Strauss, C. (1955). El estudio estructural del mito. *Journal of American Folklore*, 68, 428-555.

Lotman, I. (1996). *La semiosfera*. Ediciones Cátedra.

Márías, J. (1970). *Antropología Metafísica*. Revista de Occidente.

Merino, M. (2017). *La Revolución Neolítica: ¿Por qué adoptar la agricultura y una forma*

de vida sedentaria? https://www.researchgate.net/publication/327837708_La_Revolucion_Neolitica_por_que_adoptar_la_agricultura_y_una_forma_de_vida_sedentaria

Paredes, Y. (2001). Lectura semiótica de cuatro monedas chilenas. Revista electrónica: *Documentos Lingüísticos y Literarios UACH*, 24-25, 37-44. <http://revistadocumentosll.cl/index.php/revistadll/article/view/291/433>

Pérez, Ch. (1986). Monnaie du pouvoir. Pouvoir de la monnaie. Une pratique discursive originale: le discours figuratif monétaire. *Annales littéraires de l'Université de Besançon*, 332. https://www.persee.fr/doc/ista_0000-0000_1986_mon_332_1

Pérez, L. (2018). Providencia: “la isla del olvido”, que devora hombres y megaproyectos. *Tu Reporte*. <https://tureporte.com/providencia-la-isla-del-olvido-devora-hombres-proyectos/>

Rastier, F. (2004). *Deniers et Veau d'or: des fétiches à l'idole*. http://www.revue-texto.net/Inedits/Rastier/Rastier_Deniers.html

Rosato, G. C. (2014). Spunti di iconologia. La zecca di Roma e Giunone Moneta. *Humana per nummos perquiro: studio le vicende umane attraverso le monete. L'altra faccia della medaglia*, 4-21. <https://doi.org/10.31219/osf.io/k8d34>

Torrealba, L. (2024). La Morocota Venezolana. *Monedas de Venezuela*. <https://www.monedasdevenezuela.com/monedas/la-morocota-venezolana/>

Valverde Ayuso, J. & Pérez García, E. (2021). *Las treinta monedas de Judas*. Desperta Ferro.

Vargas, N. (2022). Más de 50% de los rostros en las monedas del mundo son de monarcas o políticos. *La República*. <https://www.larepublica.co/globoeconomia/mas-de-50-de-los-rostros-en-las-monedas-del-mundo-son-de-monarcas-o-politicos-3474666>

Westhoff, E. (2013). *The Diagonal Method*. <https://media.srbijafoto.rs/2013/10/Diagonal-Method.pdf>

* Author contribution: The conceptualization and comprehensive development of the article is the work of the author.

* Note: the Academic Committee of the journal approved the publication of the article.

* The dataset that supports the results of this study is not available for public use. The research data will be made available to reviewers, if required.



Article published in open access under the Creative Commons License - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

AUTHOR IDENTIFICATION

José Enrique Finol. Postdoctorate in Semiotics and Anthropology from Indiana University (United States). Ph.D. in Communication Sciences –specialization in Semiotics– from the École des Hautes Études en Sciences Sociales (France). B.A. in Literature from the Universidad del Zulia (Venezuela). Professor Emeritus, Universidad del Zulia. He is the author of more than 130 articles published in peer-reviewed journals and seven books, among them: *El Neo-Analfabetismo*; *Capillitas a la orilla del camino: una microcultura funeraria* –together with David E. Finol– (1993, Universidad del Zulia); and *On the Corposphere. Anthroposemiotics of the Body* (2021, de Gruyter Mouton). He was a research associate at Indiana University and a full-time researcher at the Universidad de Lima (Peru). He has taught courses in Mexico, Spain, Italy, Uruguay, Peru, Colombia, Ecuador, and Bolivia. His current research lines traverse the following disciplinary areas: Anthro-po-semiotics of the body, Semiotics of space, Semiotics of advertising, and Semiotics of literary discourse. Founding Editor of the scientific journal *Opción*. He has received several awards for scientific research and was honored with the title of Doctor *Honoris Causa* by the Universidad del Zulia.

Los (muy formales) rostros de la cultura

Sentidos de la identidad nacional en los billetes del peso uruguayo

The (very formal) faces of culture
Senses of national identity in the banknotes
of the Uruguayan peso

Os (muito formais) rostos da cultura
Sentidos da identidade nacional nas cédulas
do peso uruguaio

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4073>

► SEBASTIÁN MORENO

moreno_s@ort.edu.uy - Montevideo - Universidad ORT Uruguay, Uruguay.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3551-7117>

CÓMO CITAR: Moreno, S. (2025). Los (muy formales) rostros de la cultura. Sentidos de la identidad nacional en los billetes del peso uruguayo. *InMediaciones de la Comunicación*, 20(2). <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4073>

Fecha de recepción: 15 de marzo de 2025

Fecha de aceptación: 14 de julio de 2025

RESUMEN

Este artículo propone un análisis del diseño de la moneda nacional de Uruguay desde una perspectiva semiótica. El corpus se compone de las caras frontales de los siete billetes del peso uruguayo actualmente en circulación. A partir del trabajo con un conjunto de oposiciones significantes y un apoyo comparativo con billetes de otras monedas de la región, el análisis da cuenta de la formalidad de los retratos incluidos en los billetes uruguayos. Esta decisión es interpretada como una marca enunciativa vinculada a la formalidad y oficialidad del Estado nacional.

PALABRAS CLAVE: semiótica, Uruguay, moneda, peso uruguayo, identidad nacional.

ABSTRACT

This article proposes an analysis of the design of Uruguay's national currency from a semiotic perspective. The corpus consists of the front sides of the seven Uruguayan peso banknotes currently in circulation. Through the examination of a set of significant oppositions and a comparative approach involving banknotes from other currencies in the region, the analysis highlights the formality of the portraits featured on the Uruguayan banknotes. This design choice is interpreted as an enunciative mark linked to the formality and official character of the national state.

KEYWORDS: *semiotics, Uruguay, currency, Uruguayan peso, national identity.*

RESUMO

Este artigo propõe uma análise do design da moeda nacional do Uruguai a partir de uma perspectiva semiótica. O corpus é composto pelas faces frontais das sete cédulas do peso uruguaio atualmente em circulação. Por meio do exame de um conjunto de oposições significativas e de uma abordagem comparativa com cédulas de outras moedas da região, a análise evidencia a formalidade dos retratos presentes nas cédulas uruguaiaias. Essa escolha de design é interpretada como uma marca enunciativa ligada à formalidade e ao caráter oficial do Estado nacional.

PALAVRAS-CHAVE: *semiótica, Uruguai, moeda, peso uruguaio, identidade nacional.*

1. INTRODUCCIÓN

Aunque los medios de pago tienden a volverse cada vez más virtuales e intangibles como resultado de un proceso de desmaterialización del dinero (Zelizer, 2017), el efectivo –en la forma de billetes y monedas– sigue vigente en el mundo como un medio dominante, en gran parte gracias a su dependencia de las entidades públicas que lo regulan. Estas entidades suelen ser los bancos centrales de cada país, lo que las vincula directamente con el aparato estatal nacional. Esta dimensión institucional se refleja, además, en los nombres de estas entidades, en los que se suele incluir una referencia explícita a la nación correspondiente, como en el caso del Banco Central del Uruguay. Sin embargo, existen también monedas no asociadas a una nación específica, como el euro, regulado por un banco central de carácter supranacional¹.

Si examinamos cualquier moneda, en sus billetes y monedas encontramos diseños específicos que varían de país a país. Gracias a su naturaleza textual –se trata de textos sincréticos, esto es, que combinan elementos de diseño verbales con otros de tipo visual–, tanto los billetes como las monedas pueden ser abordados por la semiótica, y especialmente por la semiótica sociocultural, la rama que se interesa por el funcionamiento de la significación en la cultura y, con ella, de la discursividad social (Marrone, 2001; Verón, 1988; Lorusso, 2010).

Como institución social (Searle, 1995), el dinero ha sido objeto de interés para filósofos, sociólogos, antropólogos e, incluso, semiotistas. Dentro del último grupo, cabe señalar el interés por considerar el dinero como sistema semiótico para almacenar, expresar e intercambiar el valor económico (Bankov, 2022). Sin embargo, no es este aspecto el que abordaremos en este artículo, sino que nos ocuparemos de cuestiones vinculadas con el diseño de la moneda. Concretamente, estudiaremos algunos elementos vinculados con el diseño de los siete billetes del peso uruguayo actualmente en circulación.

En trabajos recientes hemos intentado demostrar de qué modo billetes y monedas pueden ser abordados por la semiótica en la medida en que funcionan como puntos de acceso a la discursividad social ligada a la idea de nación (Moreno, 2022; 2023a; 2025). El objetivo de este artículo es profundizar dicha perspectiva, en este caso con una doble especificidad. Por un lado, se trabajará con un corpus específico, compuesto por los diseños frontales de los siete billetes del peso uruguayo. Por el otro, pondremos el foco en los rostros que figuran en ellos, en tanto imágenes creadas en un soporte material. Por lo tanto, se trata de ocurrencias de la mediatización del rostro en un artefacto de la cultura material altamente simbólico, que circula en contextos cotidianos de intercambio social.

Como veremos en el análisis, los siete rostros de los personajes históricos incluidos en los billetes de la moneda oficial de Uruguay destacan por su formalidad,

1 El Banco Central Europeo no deja de ser una entidad vinculada a un aparato estatal, que tiene sus instituciones de gobierno, aunque en este caso no sea de alcance nacional, sino que se ubica en un nivel superior, de naturaleza supranacional.

lo que, como proponemos, puede funcionar como una marca enunciativa respecto a la naturaleza formal, oficial y solemne del Estado a la hora de crear productos de la cultura material que expresan y construyen una idea de identidad nacional.

2. ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

El diseño de la moneda ha sido una práctica social de interés para investigadores de varias disciplinas, como por ejemplo la historia, la geografía, los estudios culturales, los estudios de diseño y los estudios sobre nacionalismo (Gilbert & Helleiner, 1999; Tschachler, 2010; Gimeno Martínez, 2016; Unwin & Hewitt, 2001; de Heij, 2012; Wennerlind, 2001; Penrose, 2011; Penrose & Cumming, 2011). En general, quienes han estudiado el diseño y la iconografía de billetes y monedas han sugerido que dichas imágenes “dicen algo” sobre la nación y las ideologías de construcción del estado nacional que funcionan como sus condiciones de producción, según la propuesta de Eliseo Verón (1988)².

Curiosamente, la semiótica se ha mantenido al margen de este campo de estudio. Por eso, resulta pertinente proponer un enfoque semiótico de la visualidad de la moneda, al asumir que esta funciona como punto de acceso a la semiosfera nacional. La premisa teórica sobre la que se apoya este abordaje es que, a través del análisis de los contenidos de naturaleza visual que encontramos en billetes y monedas (ubicados en el plano de la expresión), podemos postular hipótesis sobre la articulación y el funcionamiento del plano del contenido, es decir, sobre concepciones de la nación. Así, a través del análisis de textos, ganamos acceso a la discursividad social (Verón, 1988).

El lector podrá pensar en distintas monedas nacionales que conozca y repasar el tipo de contenidos que se suele encontrar en ellas. Gracias a una codificación cultural del género discursivo de nuestro interés, sabemos que cada billete suele tener una identidad propia, definida no solo por su valor nominal, sino también por elementos de diseño, como el color, el tamaño y los elementos decorativos utilizados con tal propósito.

En un sistema de billetes y monedas es común encontrar un conjunto de elementos de diseño que constituyen un sistema entre sí, es decir, se relacionan de manera lo suficientemente evidente como para que quien los observe pueda identificar las unidades como parte de un todo que las engloba. En términos generales, y no de manera exclusiva, estos elementos suelen ser individuos, animales, lugares, paisajes y episodios históricos, todos ellos de alguna forma mediados por una discursividad sobre la nación y lo nacional, promovida desde

² Para Verón (1988), todo texto –en cuanto que manifestación material del sentido– presenta marcas que dan cuenta de sus condiciones de producción, entendidas como “las determinaciones que dan cuenta de las restricciones de generación de un discurso o de un tipo discursivo” (p. 127). Para el autor, “la primera condición para poder hacer un análisis discursivo es la puesta en relación de un conjunto significativo con aspectos determinados de esas condiciones productivas” (Ibid.).

el Estado. Al final de cuentas, es el Estado quien tiene la capacidad agentiva de elegir los elementos de diseño a ser incluidos en los billetes y las monedas nacionales. Así, una opción como la promovida en el año 2016 por el gobierno argentino de abandonar a los clásicos personajes históricos en el diseño del peso argentino y sustituirlos por animales y sus hábitats (Moreno, 2023a) no deja de ser una práctica de enunciación mediada por una concepción de la nación. En este caso, esta práctica no se ancla en el plano de la cultura, la historia política y la agencia humana, sino que se apoya en un polo discursivo vinculado a lo natural, tematizado a través del territorio y sus características de flora y fauna propias.

Sin embargo, por lo menos en América del Sur, los billetes y las monedas suelen incluir retratos de seres humanos. Este es el caso de Argentina (al menos en la nueva serie de billetes), Chile, Colombia, Paraguay, Perú y Uruguay. La única excepción la constituye Brasil, como veremos debajo. En los billetes sudamericanos (así como en los de otros países), los individuos retratados suelen ser personas reales, por lo que estos retratos suelen apoyarse en una estrategia de alta densidad figurativa, que incluso podríamos llamar iconismo.

En términos de los repertorios utilizados para decorar billetes y monedas, solemos encontrar personajes del mundo político y militar (los “hacedores” de la nación como entidad política soberana), pero también personajes ajenos a estos campos, como artistas y científicos, que también son públicamente reconocidos y valorados por considerárselos referentes en términos de la identidad nacional. Como hemos argumentado en otro trabajo (Moreno, 2022) –y como veremos debajo–, el caso del peso uruguayo es interesante porque incluye exclusivamente personajes de la cultura letrada, como poetas, artistas plásticos, compositores musicales e intelectuales. De hecho, la gran figura político-militar del país, el prócer José Gervasio Artigas, formó parte del diseño de los billetes del nuevo peso, pero fue dejada de lado. Con esta elección, la idea de nación se focaliza en un ámbito distinto del habitual, con un foco en lo letrado y lo intelectual, más que en lo político-militar.

El interés de las ciencias sociales y las humanidades por el diseño del papel moneda y los discursos que esta práctica enunciativa actualiza se enmarcan en un interés mayor por cuestiones vinculadas con la nación y la identidad nacional. Concretamente, resulta de interés para los abordajes constructivistas que intentan dar cuenta de cómo las identidades nacionales se forjan discursivamente, específicamente mediante signos, prácticas y otros elementos que poco tienen de natural o dados (Anderson, 1983; Billig, 1995; Hobsbawm & Ranger, 1983; Smith, 1991; Thiesse, 1999; 2000). En particular, son de interés para los abordajes interesados por estudiar la construcción de lo nacional en contextos cotidianos, como lo es el de la circulación de billetes y monedas (Edensor, 2002; Skey, 2011; Palmer, 1998).

Durante los últimos años, la semiótica ha mostrado interés por estudiar el rostro como construcción social y como dispositivo semiótico, junto con

los sentidos que de él surgen y las culturas del rostro que en torno a él se generan (Barbotto, Voto & Leone, 2022; Leone, 2023; Voto, Finol & Leone, 2021). Este interés se inscribe en una preocupación disciplinar más amplia por la corporalidad y los sentidos del cuerpo como anclaje material ineludible de la percepción y el sentido (Finol, 2021). Como señalamos en la introducción, este artículo busca contribuir a dicho campo de trabajo mediante un estudio de los rostros que figuran en los siete billetes del peso uruguayo con vigencia actual, como marcas incluidas en medios de la cultura material de circulación cotidiana.

Nuestra hipótesis es que las monedas nacionales funcionan como medios para la expresión de una discursividad social vinculada con el Estado y la identidad nacional. Por eso, resulta esperable que las marcas significantes que encontramos en billetes y monedas expresen concepciones formales y solemnes de la nación, resultantes de las características del discurso oficial e institucional. Así, el enunciado da cuenta de la enunciación y, sobre todo, de la naturaleza del enunciador.

3. CORPUS Y METODOLOGÍA

La semiótica sociocultural es, ante todo, una disciplina empírica, cuya materia de trabajo son los textos. En semiótica, el concepto de texto se utiliza de manera amplia, flexible y abarcadora, más que nada como un modelo, para referir a articulaciones empíricamente perceptibles y que vehiculizan sentido(s). Si, en su acepción tradicional, un texto es una articulación de frases que tiene algunas propiedades (clausura, cohesión, coherencia, etc.), en su acepción semiótica el término permite aludir a cualquier manifestación empírica que pueda ser analizada como una expresión de sentido, incluyendo imágenes, interacciones y prácticas. Como propone Verón (1988), a través de productos (los textos que aparecen ante nuestra experiencia) accedemos a procesos (discursivos y culturales).

El corpus analítico con el que trabajaremos se compone de los diseños frontales de los siete billetes del peso uruguayo actualmente en circulación en el país. Estos son los de las siguientes denominaciones: \$20, \$50, \$100, \$200, \$500, \$1000 y \$2000 (Figura 1). A la luz de nuestro interés por el rostro, incluiremos en el corpus solamente los frentes de los billetes y dejaremos de lado los reversos. También dejaremos de lado las monedas, ya que incluyen animales.

Figura 1. Frente de los siete billetes del peso uruguayo



Fuente: Banco Central del Uruguay.

Como se puede apreciar a simple vista, los siete billetes forman parte de un sistema no solo monetario, sino también semiótico: todos tienen un aire de familia gracias a los elementos de diseño utilizados para darles identidad. Además, esta familia de billetes incluía también uno de \$5 y uno de \$10, que fueron discontinuados dada la devaluación de la moneda. Estos dos billetes también se integraban al sistema visual conformado por los siete que analizaremos en este artículo (Moreno, 2022).

En nuestro análisis, dejaremos de lado cuestiones de importancia para una semiótica del diseño de la moneda, como por ejemplo las que refieren al formato (tamaño, disposición del papel, materiales, etc.), o a la coexistencia de

las materias verbales y visual (Moreno, 2023b; 2025). Además, por razones de pertinencia temática, dejaremos de lado otros elementos que pueden resultar de interés para tal abordaje, como la inclusión de signos específicos e inscripciones que expresan al estado, la nación y el país, o la relación que se evidencia entre los retratos incluidos en el frente y el dorso de los billetes, o entre estos y otros elementos de diseño presentes junto a cada retrato (Moreno, 2025).

En lo que sigue, nos concentraremos únicamente en el estudio de los siete rostros que fueron incluidos en los billetes del peso uruguayo en forma de retratos. El abordaje será de tipo inmanentista, atendiendo a la composición de los textos, por lo que dejaremos de lado aspectos que hacen a las condiciones de producción, circulación y reconocimiento, fundamentales para la semiótica sociocultural. En nuestro estudio, propondremos una serie de oposiciones que nos permitirán acceder a los posibles sentidos vehiculizados por estos retratos. Cabe señalar que plantearemos más preguntas que respuestas.

Para dar mayor visibilidad a cada retrato, en la Figura 2 incluimos un acercamiento a los rostros de Juan Zorrilla de San Martín (\$20), José Pedro Varela (\$50), Eduardo Fabini (\$100), Pedro Figari (\$200), Alfredo Vásquez Acevedo (\$500), Juana de Ibarbourou (\$1000) y Dámaso Antonio Larrañaga (\$2000).

Figura 2. Detalle de los retratos incluidos en los siete billetes del peso uruguayo



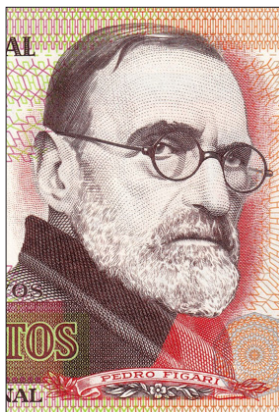
Juan Zorrilla de San Martín



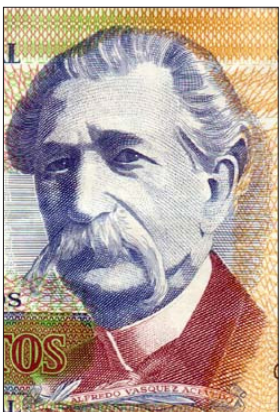
José Pedro Varela



Eduardo Fabini



Pedro Figari



Alfredo Vásquez Acevedo



Juana de Ibarbouro



Dámaso Antonio Larrañaga

Fuente: elaboración propia a partir de las imágenes de la Figura 1.

4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

Un primer acercamiento a los billetes de nuestro corpus implica atender a cuestiones topológicas y cromáticas, es decir, aquellas vinculadas con la posición de los elementos de diseño en el espacio delimitado por el marco (límite) de la imagen, y las vinculadas con el color, respectivamente (Greimas, 1984).

En términos topológicos, existe una continuidad entre los siete billetes, ya que los elementos están dispuestos en los mismos espacios dentro del marco rectangular, incluyendo el retrato de la figura principal, que se posiciona en la mitad derecha del billete y con un tamaño constante. Esta continuidad sirve para construir un efecto de sentido que nos permite identificar a las siete unidades como parte de un mismo sistema, a partir de rasgos visuales que construyen un aire de familia entre ellas, aunque cada una tiene su identidad propia.

En términos cromáticos, cada billete gana su identidad a partir del uso de un color dominante. Esta decisión tiene un impacto particular sobre los objetos de nuestro interés en este artículo, ya que los retratos de los personajes incluidos en cada billete están teñidos por ese color dominante. Esto produce un efecto algo extraño a la percepción, como por ejemplo que los rostros de Zorrilla de San Martín y de Vásquez Acevedo sean verde y azul, respectivamente. Sin embargo, esta interferencia cromática no parece aportar un sentido específico³.

Los rostros de los siete individuos incluidos en los billetes del peso uruguayo son claramente rostros de seres humanos, y por el tipo de representación utilizada, que tiene una altísima densidad figurativa (parecen copias de fotografías), son rápidamente identificables como tales. Si bien no es una regla general (existen excepciones), el tipo de representación de elementos en billetes y monedas suele ser de este tipo altamente figurativo, muy cercano al iconismo, como si la imagen que allí encontramos fuera una copia de la realidad. Poquísimas veces encontramos en billetes y monedas imágenes abstractas, que requieran un mayor esfuerzo interpretativo.

Como género discursivo, el diseño de la moneda se ha ido estabilizando culturalmente y, en cierta medida, ha desarrollado algunos rasgos genéricos que permiten reconocer la práctica como una apoyada en ciertas reglas. Una de ellas es que se tiende a exaltar en la moneda a individuos y otros elementos que desde el poder estatal son considerados referentes. Por lo tanto, al encontrar un retrato humano en la moneda, asumimos que se trata de imágenes creadas a partir de un referente empírico, es decir, de un ser humano que existió y de quien hay registros visuales que pueden ser copiados para ser presentificados en el diseño de la moneda. Esta característica, que parece algo evidente en el género discursivo que estamos estudiando, no lo es, como podemos apreciar

³ El uso de color sí podría agregar sentido en un universo discursivo fantástico, como el de los superhéroes. Al crear personajes como Hulk y Nightcrawler, el color de piel no realista agrega un sentido que contribuye al efecto deseado desde la enunciación (que es la razón por la cual los creadores decidieron que estos personajes tuvieran pieles de estos colores antinaturales).

en la figura principal del real brasileño (Figura 3) y en el billete de 20000 del guaraní paraguayo (Figura 4).

Figura 3. Frente del billete de 5 reales brasileños



Fuente: Banco Central de Brasil.

Figura 4. Frente del billete de 20000 guaraníes paraguayos



Fuente: Banco Central del Paraguay.

En el real brasileño, todos los billetes incluyen la misma figura antropomórfica, que es una efígie de la República. Si bien podemos reconocer algunos rasgos humanos en ese rostro, otros dan cuenta de que la imagen que vemos no es una copia fidedigna de un ser humano que realmente existió, sino que se trata más bien de un busto de un material sólido. En este sentido, para una semiótica del reconocimiento de rostros resulta interesante la pregunta respecto a cuáles son los signos que hacen que no identifiquemos a la efígie de la República como un ser humano. La respuesta más evidente es la ausencia de detalles en los ojos, y con ella, la falta de mirada, elementos fundamentales para conferir a un rostro un efecto de sentido de humanidad⁴.

⁴ Nuevamente pasando al universo de la ficción, podemos notar cómo es recurrente utilizar ojos blancos o vacíos para representar a criaturas malignas, mediante un recurso a la eliminación de la mirada como expresión de la eliminación de la humanidad.

El billete de 20000 guaraníes actualmente en circulación en Paraguay también resulta interesante porque el retrato de la mujer sosteniendo una vasija, si bien está basado en una fotografía (y, por lo tanto, es una imagen icónica, de alta densidad figurativa), no busca destacar a una mujer en específico, sino que funciona como ejemplar (token) de una clase (type): la mujer paraguaya en general. Si bien la imagen es icónica y está basada en una mujer real, su referente es irrelevante a luz de lo que se intenta destacar en el billete mediante la inclusión de dicho retrato.

Estos dos billetes de la región sirven como punto de partida para nuestra propuesta analítica de los rostros del peso uruguayo. Como primer eje articulador de sentido, identificamos la elección del tipo de plano utilizado en el retrato. Así, mientras que en el billete paraguayo de 20000 guaraníes se opta por representar el torso (como complemento natural y evidente del rostro), en el brasileño se privilegia únicamente el rostro, como suele ocurrir con los bustos en materiales duros como el mármol o el yeso. Como se puede apreciar en los billetes del peso uruguayo, la segunda opción fue también la elegida por el Banco Central del Uruguay al diseñar la serie actualmente en circulación.

Esta opción es relevante porque, aun centrando la atención en el rostro y dejando de lado el torso, los retratos del primer tipo no suelen limitarse a representar solamente la cabeza del personaje representado, sino también su cuello y, con él, el comienzo del torso. En la Figura 3, la efígie de la República aparece vestida con una especie de toga de color claro. Esta, en conjunción con la corona de laureles que lleva en la cabeza, vehiculiza contenidos culturales ligados a la antigüedad grecorromana y, con ella, al clasicismo, lo que puede ser interpretado como un intento, desde la instancia de la enunciación, de anclar la discursividad sobre la nación brasileña en un tiempo fundacional o mítico (Murilo de Carvalho, 1990).

Si observamos ahora los siete retratos del peso uruguayo, veremos que todos ellos también incluyen el comienzo del torso y, así, permiten ver un atuendo. A diferencia del traje clásico/antiguo que viste la efígie de la República en los billetes brasileños, los siete personajes uruguayos lucen vestimentas correspondientes a una época más contemporánea, aunque ya distante si la comparamos con los usos de vestimenta vigentes en el año 2025. En estos retratos, el atuendo funciona como signo indicial, portador de sentidos vinculados no solo a una época, sino también a cuestiones de clase, género o estatus. Por eso, puede ser abordado como una marca significativa que evidencia las condiciones de producción, en una lógica en la que la moda de la época deja su huella en el retrato de los individuos y en la que, gracias al atuendo, podemos identificar una época.

Todos los atuendos presentes en los billetes del peso uruguayo coinciden en un aspecto que será importante en lo que sigue: su formalidad. Los seis hombres visten sacos con cuello, mientras que Juana de Ibarbourou, la única

mujer del conjunto, lleva un vestido y un collar de perlas. En los siete casos se trata de trajes formales, aunque no oficiales, una opción frecuente en este género discursivo cuando se retrata a personajes del ámbito político, como se puede apreciar en el retrato de José de San Martín incluido en el nuevo billete de 1000 pesos argentinos (Figura 5). Allí, el prócer viste un uniforme claramente militar, lo que destaca no solamente su rol institucional, sino también activa connotaciones respecto a dónde radica el valor que desde la enunciación estatal se le da al personaje histórico.

Figura 5. Frente del nuevo billete de 1000 pesos argentinos



Fuente: Banco Central de la República Argentina.

En este sentido, la naturaleza del rostro humano, que lo vincula con un cuerpo, parecería condicionar la naturaleza del tipo de representación visual que encontramos en estos billetes, a diferencia de lo que ocurre con algunos bustos esculturales, en los que lo único que se representa con cuidado es la cabeza y, con ella, el rostro, sin demasiado interés por los detalles del cuerpo. En el diseño de billetes, vemos cómo el comienzo del cuerpo es una opción común, posiblemente porque genera un efecto de sentido más natural, ya que se ancla en una característica del mundo natural: las cabezas son parte de cuerpos.

Tres aspectos vinculados con el tipo de representación elegida para crear los retratos de nuestro interés parecen pertinentes para una focalización en el rostro al estudiar el diseño de billetes y monedas. La primera de ellas es el posicionamiento del retrato respecto a la mirada del lector. La segunda, el contacto visual que el personaje representado establece con el lector. La tercera, el semblante de los personajes retratados.

Respecto al primer punto, en los siete billetes del peso uruguayo encontramos distintas opciones de posicionamiento del retrato en relación con la mirada del lector. Para mapear las distintas opciones, podemos imaginar un eje de movimiento circular que tiene en su grado cero la posición absolutamente frontal del rostro (como en el retrato de Zorrilla de San Martín, en el billete de \$20), y en su punto opuesto, la posición absolutamente dorsal, en la que el rostro

del personaje no se vería, ya que daría la espalda al lector, mostrando la parte trasera de su cabeza. Evidentemente, dada la naturaleza del género discursivo y lo que se quiere lograr con la inclusión en el billete del retrato de un personaje destacado, la última opción (incluir un retrato de un individuo de espaldas) no resulta sensata, ya que su identidad (a la que accedemos a golpe de vista a través del reconocimiento del rostro), sería imposible de reconocer⁵.

Entre ambas posiciones (completamente frontal y completamente dorsal) se encuentra la mayoría de las opciones que vemos en billetes y monedas, donde nadie suele estar retratado de espaldas, pero tampoco completamente de frente. Como podemos apreciar en la Figura 2, así como en las demás figuras incluidas en el artículo, siempre suele haber alguna inclinación del rostro, que llega a su punto máximo en retratos como el de Dámaso Antonio Larrañaga, de perfil, en el billete de \$2000. Si bien la opción por un retrato de perfil rompe la homogeneidad del sistema visual actual del peso uruguayo, en el que todos los retratos están representados de frente (aunque con grados mínimos de variación), no lo es respecto el género discursivo del diseño de billetes y monedas. Concretamente, las monedas suelen incluir retratos de perfil, como en el caso del dólar americano, el dólar canadiense y la libra esterlina (Moreno, 2025). Las Figuras 6 y 7 muestran respectivamente uno de los billetes actualmente en circulación de 100 pesos argentinos, con el retrato de Eva Duarte de Perón –Evita– en la misma posición lateral, y uno antiguo de Uruguay, de 1000 nuevos pesos uruguayos, con el retrato de José Gervasio Artigas, también en esta posición de perfil.

Figura 6. Frente del billete de 100 pesos argentinos con el retrato de Evita



Fuente: Banco Central de la República Argentina.

⁵ Sin embargo, es posible imaginar un billete con un retrato de un personaje de espaldas, junto a una etiqueta con su nombre que permita identificarlo. ¿En qué efecto de sentido deseado se basaría una decisión de este tipo? Una posible respuesta puede tener que ver con una crítica del accionar del personaje; por ejemplo, al querer expresar que le dio la espalda al pueblo. Dada la naturaleza del género discursivo, consistente en destacar a personajes valorizados positivamente desde el Estado, difícilmente se opte por esta opción de diseño. Además, en los casos en los que la axiologización subyacente del personaje destacado en el billete es positiva (como suele ser el caso en el diseño de la moneda), lo que se tiende a destacar para manifestar su identidad es precisamente su rostro, como marca inequívoca de su identidad.

Figura 7. Frente del billete de 1000 nuevos pesos uruguayos



Fuente: Banco Central del Uruguay.

A pesar de que en estos tres billetes se haya optado por un retrato de perfil, podemos observar algunos elementos de diseño que intervienen en la enunciación, posiblemente como forma de orientar las interpretaciones posibles del texto. De este modo, podemos ver que los retratos de Larrañaga y Artigas comparten un tipo de representación que podríamos calificar de neutra, ya que la opción por el perfil no parece expresar ningún sentido específico. Además, ambos tienen el mismo tipo de traje de cuello alto, que funciona como un índice temporal que expresa una época, así como cierta formalidad.

El retrato de perfil de Evita, por su parte, aparece rodeado de una figura circular que recuerda a un halo, con lo que se introduce así un nivel de sentido más simbólico y de naturaleza mitificante, en sintonía con la idea de una Santa Evita que circula en la semiosfera argentina. Si bien la inclusión de cualquier personaje en billetes y monedas evidencia una valorización positiva realizada desde el Estado, es posible incluir elementos que potencien dicha mitificación, como en el caso del billete de 100 pesos argentinos.

¿Cómo analizar desde una perspectiva interesada por el sentido y la significación el posicionamiento del rostro en el billete? ¿Es posible establecer una codificación entre cierto posicionamiento y determinado sentido, por ejemplo, en términos de una axiología subyacente? ¿Es pertinente hablar en este caso de semisimbolismo, en el que determinadas posiciones expresan determinados sentidos? Estas preguntas, que sin dudas son relevantes para una semiótica sociocultural anclada en el lenguaje visual, quedan abiertas. Sus respuestas pueden ser de interés para la historia del arte, de la fotografía y de otras disciplinas que impliquen el estudio de retratos.

El segundo de los puntos mencionados más arriba es el del contacto visual que el personaje representado establece con quien lee la imagen del billete. En el caso de los billetes uruguayos, solamente Zorrilla de San Martín, Fabini y

Vásquez Acevedo parecen mirar al lector a los ojos, mientras que los demás personajes tienen su mirada dirigida a un punto más lejano. ¿Aportan estas decisiones de representación algún valor o sentido, o son simplemente cuestiones aleatorias, dependientes de la imagen que se haya utilizado como fuente para crear el retrato de tipo icónico que encontramos en los billetes? Estas preguntas también quedan abiertas, pero es claro que, en términos visuales, hay una diferencia entre un retrato que mira “a la cámara”, por utilizar una expresión coloquial, y uno que no. ¿Cuál es ese sentido? ¿Tiene que ver con un grado de compromiso entre los participantes de la interacción, tal como sucede en interacciones cara a cara?⁶

Un tercer punto relevante tiene que ver con el semblante, es decir, con lo que podemos leer en la expresión facial de los personajes representados en los billetes. En este sentido, en los siete billetes del peso uruguayo encontramos rostros que ante todo se caracterizan por su seriedad. ¿Podríamos imaginar retratos en los que los personajes representados estuvieran riendo, tal como suele ocurrir con las fotografías en nuestra época? El único indicio de alegría se encuentra en los labios de Juana de Ibarbouro, que por su disposición podrían ser interpretados como una sonrisa. Sin embargo, el resto de su rostro no acompaña esta lectura, como por ejemplo el arqueado de las cejas. Es más: algunos de los personajes parecen tener el ceño fruncido.

La falta de emocionalidad (o, más precisamente, la opción por incluir semblantes neutros, serios, sin ningún tipo de emoción que permita identificar a los individuos retratados como seres humanos que sienten) puede funcionar como recurso semiótico para reforzar el efecto de sentido vinculado con la formalidad. Como vimos, este es un rasgo transversal al diseño de billetes y monedas. Esta transversalidad de lo formal surge de la naturaleza misma del género discursivo, que es uno llevado a cabo por el Estado, lo que ya de por sí implica un alto grado de formalidad por tratarse de una práctica de enunciación oficial.

En este sentido, pareciera ser que un personaje considerado referente de la nación debe ser serio. Así, la sonrisa cobra un significado de debilidad, y ninguna nación respetable se forja a partir de debilidad. Por eso, los referentes de la nación deben estar serios, ser serios y, con su seriedad, expresar la formalidad de la nación. No sorprende que el único esbozo de alegría aparezca en el rostro de la única mujer del sistema, como signo de época respecto a quién se le permite la afabilidad de la sonrisa. Además, la seriedad y la formalidad se refuerzan mediante el tipo de atuendo que los personajes retratados visten (tal como se evidencia en el cuello). La conjugación del semblante serio y formal con atuendos del mismo tipo funciona como una sumatoria que refuerza, de manera isotópica, la expresión de la formalidad.

⁶ Sobre este punto, vale la pena mencionar los debates actuales sobre el valor de mirar a la cámara o no al tomar una fotografía, especialmente en el marco de la cultura visual digital en plataformas como Instagram. ¿Qué efectos de sentido produce la mirada a la cámara? ¿Y qué efectos produce no hacerlo?

En síntesis, a través del análisis de los siete rostros incluidos en los billetes del peso uruguayo, podemos dar cuenta de cómo se construye la formalidad a través del rostro y cómo esta puede funcionar como recurso semiótico para expresar la formalidad del género discursivo que, como vimos, es un género de naturaleza oficial, en manos del Estado, que debe cuidar la solemnidad de la idea de nación que se construye.

5. CONCLUSIONES

El objetivo de este artículo fue proponer un abordaje de los rostros que encontramos en los billetes del peso uruguayo actualmente en circulación en Uruguay. Como vimos, una serie de oposiciones permite preguntarnos sobre los sentidos que pueden vehiculizarse a través de distintas decisiones de diseño tomadas a la hora de crear los retratos que figuran en ellos. En este sentido, el artículo profundiza en el estudio semiótico del diseño de billetes y monedas con un foco en el rostro. Se trata de un rostro seleccionado por la institucionalidad estatal, que lo celebra en un medio material que sirve como vehículo de la idea de nación.

En el análisis, proponíamos que lo que emana de los rostros incluidos en los billetes del peso uruguayo es ante todo una gran formalidad. Señalamos que esta se apoya en la naturaleza del género discursivo, cuya creación textual está en manos del Estado y, por eso, evidencia un alto grado de cuidado en la enunciación, precisamente por tratarse de un discurso oficial. Sin embargo, esta lectura no se agota ahí, sino que también es pertinente abordar el recorte enciclopédico al que pertenecen las siete figuras retratadas: el de la cultura letrada e ilustrada.

Zorrilla de San Martín, Varela, Fabini, Figari, Vásquez Acevedo, de Ibarbourou y Larrañaga son todos personajes de la cultura letrada, esto es, productores de un tipo de alta cultura, vinculada con espacios urbanos y de influencia internacional. Quizá el caso más interesante sea el de Larrañaga, que más que productor de cultura fue un cientista natural, además de una destacada figura religiosa del país. Sin embargo, por haber sido el fundador de la Biblioteca Nacional, también puede leerse como una figura representativa de ese mismo recorte enciclopédico de la cultura letrada e ilustrada.

El universo discursivo letrado, ilustrado y urbano que encontramos en los billetes del peso uruguayo contrasta marcadamente con otra posibilidad: la de lo rural y popular. Esta decisión por lo urbano y erudito es significativa. Así, una región geográfica en la que la dicotomía civilización-barbarie ha funcionado históricamente como clave de lectura de la realidad, la selección de personalidades que produjeron “alta” cultura (por oposición a la cultura “baja” o “popular”), puede ser interpretado como una estrategia discursiva orientada a delinear un perfil nacional alejado de la barbarie, especialmente cuando se

tiene en cuenta que este tipo de cultura era producido desde y en la ciudad letrada y cosmopolita (Hentschke, 2012). ¿Podríamos dar por descontada la presencia de la formalidad que caracteriza a los retratos del peso uruguayo si los personajes retratados hubieran sido productores de cultura popular? Preguntas como esta quedan abiertas, pero sin duda nos acercan al funcionamiento del sentido vehiculizado por el diseño de la moneda.

Lo que queda en evidencia en el análisis presentado en este artículo es la relevancia de las condiciones de producción en el acto de enunciación. Si los billetes son textos visuales creados con una finalidad comunicativa (esto es, enunciados), podemos identificar en ellos marcas de la enunciación, que dan cuenta de visiones de mundo específicas sobre la realidad. En este caso, sobre la identidad nacional. Al optar por un discurso ilustrado, letrado y sobre todo, formal, el Estado realiza una propuesta de sentido a sus ciudadanos, que son los enunciatarios de este discurso nacional y, además, quienes utilizarán los billetes en sus transacciones cotidianas. Por eso, el diseño de billetes y monedas supone un punto de apoyo más, entre tantos otros, para la expresión –y construcción– oficial de la identidad nacional. Al circular en el papel moneda, los rostros de los siete personajes destacados contribuyen a tal efecto de sentido.

REFERENCIAS

- Anderson, B. (1983). *Imagined Communities*. Verso.
- Bankov, K. (2022). Exploring Saussure's Analogy between Linguistic and Monetary Signs. *Language and Semiotic Studies*, 8(1), 114-122. <https://doi.org/10.1515/lass-2022-080112>
- Barbotto, S., Voto, C. & Leone, M. (Eds.) (2022). *Rostrosferas de América Latina. Culturas, traducciones y mestizajes*. I saggi di Lexia.
- Billig, M. (1995). *Banal Nationalism*. Sage.
- Edensor, T. (2002). *National Identity, Popular Culture and Everyday Life*. Berg.
- Finol, J. E. (2021). *On the Corposphere*. De Gruyter.
- Gilbert, E. & Helleiner, E. (Eds.) (1999). *Nation-States and Money: The Past, Present and Future of National Currencies*. Routledge.
- Gimeno-Martínez, J. (2016). *Design and National Identity*. Bloomsbury.
- Greimas, A. J. (1984). Sémiotique figurative et sémiotique plastique. *Actes Sémiotiques*, 60. <https://www.unilim.fr/actes-semiotiques/3848>
- Helleiner, E. (2003). *The Making of National Money*. Cornell University Press.

- Hentschke, J. R. (2012). Artiguista, white, cosmopolitan and educated: Constructions of nationhood in Uruguayan textbooks and related narratives: 1868-1915. *Journal of Latin American Studies*, 44(4), 733-764.
- Hobsbawm, E. & Ranger, T. (Eds.) (1983). *The Invention of Tradition*. Cambridge University Press.
- Leone, M. (2023). *The Hybrid Face. Paradoxes of the Visage in the Digital Era*. Routledge.
- Marrone, G. (2001). *Corpi sociali*. Einaudi.
- Moreno, S. (2022). El dinero como soporte material del nacionalismo banal: estudio del peso uruguayo desde una perspectiva semiótica. *Cuadernos del CLAEH*, 115, 23-43. <https://doi.org/10.29192/claeh.41.1.2>
- Moreno, S. (2023a). El dinero como soporte material de la disputa por el sentido de la nación: estudio del peso argentino desde una perspectiva semiótica. *Estudios Sociales*, 64, 1-19. <https://doi.org/10.14409/es.2023.64.e0046>
- Moreno, S. (2023b). Le banconote come materia e come supporto per la semiosi: verso una semiotica della cartamoneta. *E|C*, 39, 107-117.
- Moreno, S. (2025). *The Semiotics of Banknotes and Coins. Reading Contemporary Currency Design*. Bloomsbury.
- Murilo de Carvalho, J. (1990). *A formação das almas. O imaginário da República no Brasil*. Companhia das Letras.
- Palmer, C. (1998). From Theory to Practice. Experiencing the Nation in Everyday Life. *Journal of Material Culture*, 3(2), 175-199.
- Penrose, J. (2011). Designing the Nation. Banknotes, Banal Nationalism and Alternative Conceptions of the State. *Political Geography*, 30, 429-440. <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2011.09.007>
- Penrose, J. & Cumming, C. (2011). Money talks: banknote iconography and symbolic constructions of Scotland. *Nations and Nationalism*, 17(4), 821-842. <https://doi.org/10.1111/j.1469-8129.2011.00514.x>
- Searle, J. (1995). *The Construction of Social Reality*. Penguin.
- Skey, M. (2011). *National Belonging and Everyday Life: The Significance of Nationhood in an Uncertain World*. Palgrave Macmillan.
- Smith, A. D. (1991). *National Identity*. University of Nevada Press.
- Thiesse, A.-M. (1999). *La création des identités nationales. Europe XVIIIe-XXe siècle*. du Seuil.
- Thiesse, A.-M. (2000). Des fictions créatrices: les identités nationales. *Romantisme* 30(110), 51-62.

Tschachler, H. (2010). *The Greenback: Paper Money and American Culture*. McFarland.

Unwin, T. & Hewitt, V. (2001). Banknotes and National Identity in Central and Eastern Europe. *Political Geography*, 20, 1005-1028.

Verón, E. (1988). *La semiosis social*. Gedisa.

Voto, C., Finol, J. E. & Leone, M. (Eds.) (2021). *El rostro en el horizonte digital latinoamericano*. DeSignis hors serie 1.

Wennerlind, C. (2001). Money Talks, but What Is It Saying? Semiotics of Money and Social Control. *Journal of Economic*, 35(3), 557-574. <https://doi.org/10.1080/00213624.2001.11506390>

Zelizer, V. (2017). *The Social Meaning of Money*. Princeton University Press.

* Contribución de autoría: la conceptualización y el desarrollo integral del artículo es obra del autor.

* 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 DEL AUTOR

Sebastián Moreno. Doctor en Ciencias Sociales por la Ludwig-Maximilians-Universität de Múnich (Alemania). Catedrático Asociado de Cultura y Sociedad, Facultad de Administración y Ciencias Sociales, Universidad ORT Uruguay (Uruguay). Investigador activo en Ciencias Sociales, Sistema Nacional de Investigadores (SNI) de Uruguay. Autor de los libros: *The Social Semiotics of Populism* (Bloomsbury, 2023), *The Semiotics of the Covid-19 Pandemic* (Bloomsbury, 2024) y *The Semiotics of Banknotes and Coins. Reading Contemporary Currency Design* (Bloomsbury, 2025, en prensa).

Artificial intelligence and otherness

Representations of immigrants using generative image creation tools

Inteligencia artificial y alteridad

Representaciones de inmigrantes usando herramientas de creación generativa de imágenes

Inteligência artificial e alteridade

Representações de imigrantes usando ferramentas de criação de imagens generativas

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4108>

► ALEXANDRE PROVIN SBABO

alexandresbabo@gmail.com - Créteil - Université Paris-Est Créteil, France.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5231-0658>

► ALEXANDRE MARCELO BUENO

alexandrembueno@gmail.com - São Paulo - Universidade Presbiteriana Mackenzie, Brazil.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0798-3615>

HOW TO CITE: Sbabo, A. P. & Bueno, A. M. (2025). Artificial intelligence and otherness. Representations of immigrants using generative image creation tools. *In Mediaciones de la Comunicación*, 20(2). <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4108>

Submission date: April 23, 2025

Acceptance date: September 20, 2025

ABSTRACT

We cannot deny, for better or for worse, that the democratization and accessibility of artificial intelligence represent an epistemological, social and technical turning point in society. In this context, it is necessary to investigate how tools for creating generative images represent and narrate the identities of people from a migrant background. On the basis of a common list of commands (prompts), entered in different geographical areas and in different languages, the purpose of this article is to determine whether the different tools generate representations that corroborate the maintenance of certain paradigms, such as those associated with stereotypes, or whether, on the contrary, they propose a different way of seeing the world by breaking with certain "received ideas" about immigrants. For this purpose, we

use three different image generation tools, DALL-E 2, Midjourney and Stable Diffusion. The article presents two main aspects: the first, the establishment of a methodological research framework in relation to artificial intelligence tools; the second, the semiotic analysis of the results. The analysis of the images generated takes into account symbolic, political and expressive aspects, drawing on theoretical approaches from identity theories, sociosemiotics and discursive semiotics.

KEYWORDS: *Artificial Intelligence, identity, representation, immigration, Semiotics.*

RESUMEN

No podemos negar, para bien o para mal, que la democratización y accesibilidad de la inteligencia artificial representan un punto de inflexión epistemológico, social y técnico en la sociedad. En este contexto, se hace necesario investigar el modo en que las herramientas de creación de imágenes generativas representan y narran las identidades de las personas de origen inmigrante. A partir de una lista común de comandos (*prompts*), introducidos en diferentes áreas geográficas y en diferentes idiomas, el propósito de este artículo es determinar si las diferentes herramientas generan representaciones que corroboran el mantenimiento de ciertos paradigmas, como los asociados a los estereotipos, o si, por el contrario, proponen una forma diferente de ver el mundo rompiendo con ciertas “ideas recibidas” sobre los inmigrantes. Para ello, utilizamos tres herramientas diferentes de generación de imágenes, DALL-E 2 y Midjourney y Stable Diffusion. El artículo expone dos vertientes principales: la primera, el establecimiento de un esquema metodológico de investigación en relación con las herramientas de inteligencia artificial; la segunda, el análisis semiótico de los resultados. El análisis de las imágenes generadas tiene en cuenta aspectos

simbólicos, políticos y enunciativos, basándose en planteamientos teóricos de las teorías de la identidad, la sociosemiótica y la semiótica discursiva.

PALABRAS CLAVE: *inteligencia artificial, identidad, representación, inmigración, semiótica.*

RESUMO

Não podemos negar, para o bem ou para o mal, que a democratização e a acessibilidade da inteligência artificial representam um divisor de águas epistemológico, social e técnico na sociedade. Neste contexto, torna-se necessário investigar a forma como as ferramentas de criação de imagens generativas representam e narram as identidades de pessoas de origem migrante. Com base em uma lista comum de comandos (*prompts*), inseridos em diferentes áreas geográficas e em diferentes idiomas, nosso objetivo será verificar se as diferentes ferramentas geram representações que corroboram a manutenção de certos paradigmas, como aqueles associados a estereótipos, ou se, ao contrário, propõem uma maneira diferente de ver o mundo, rompendo com certas “ideias preconcebidas” sobre os imigrantes. Para isso, utilizamos três ferramentas diferentes de geração de imagens, DALL-E 2, Midjourney e Stable Diffusion. O artigo expõe duas vertentes principais: a primeira, o estabelecimento de uma estrutura metodológica de pesquisa em relação às ferramentas de inteligência artificial; a segunda, a análise semiótica dos resultados. A análise das imagens geradas leva em consideração aspectos simbólicos, políticos e enunciativos, com base em abordagens teóricas das teorias da identidade, da sociosemiótica e da semiótica discursiva.

PALAVRAS-CHAVE: *inteligência artificial, identidade, representação, imigração, semiótica*

1. INTRODUCTION

Discourses that present artificial intelligence as an “unstoppable technological revolution” – as for instance in the 2024 report by France’s Ministry of the Economy and Finance¹ – are themselves symptomatic of a broader ideological framing. Rather than treating such claims as self-evident truths, it is important to interrogate how the rhetoric of inevitability shapes public perception and policy-making. What interests us in this field, therefore, is not AI as a technical object per se, but the ways in which it constructs, represents, and enunciates its own world of meanings.

In this paper, we examine the process of image creation using generative artificial intelligence (GAI) and its product (the produced image). Our objective is to observe whether the construction of visual utterances corresponds relatively to the semantic/lexical universe or to a meta-semiotic (Greimas, 1968). In other words, does the visual utterance created by GAI have a lexical/semantic signifying correspondence, or is it based on a universe of meaning “specific” to GAI? In this second case, what are the semantic limits of GAI? Is it possible to identify a production or reproduction of stereotypes in the images produced or, on the contrary, a kind of explosion (Lotman, 1999) of meaning?

As a complement to these questions, we will also attempt to determine if entering prompts in different languages and on different continents can have an impact on the image generated by the GAI, or if it represents a lexical and semiotic translation challenge for the different GAI tools.

For this purpose, we will focus on the figure of the migrant, but more specifically on the figure of the Brazilian migrant. There are three main reasons for this choice. The first is that the representation, the figure, or even the imaginary of the Brazilian individual presents itself as a real compositional challenge for the GAI, especially in light of the miscegenation of the Brazilian people. A complex hybridity² that goes beyond phenotypic traits and is also rooted in its practices (Fontanille, 2008, 2011), in its lifestyle (Landowski, 1997), in the “Brazilian way of being”. Complex hybridity which adopts the rhizomatic meaning of Deleuze and Guattari (1976), as well as that mentioned by the Grupo Comunicação, Cultura, Barroco e Mestiçagem³, which

does not refer to the mixing of races, even if it includes it, obviously, but rather to the interaction between objects, forms and images of culture. (...)

1 Commission de l’intelligence artificielle, Ministère de l’Économie, des Finances et de la Relance (2024). See: https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/commission-IA.pdf

2 The term complex hybridity used here is an approximate translation of the Portuguese term “miscegenação/mestiçagem”, which refers to the cultural, linguistic, social, and symbolic blending associated with the identity construction of the Brazilian people.

3 This notion of miscegenation mentioned by the Grupo Comunicação, Cultura, Barroco e Mestiçagem is published on the home page of the research group’s website. It can be accessed via this link: <https://www5.pucsp.br/barroco-mestico/>

Miscegenation⁴ is a happy jaguar who feeds on all these Others (animals, people and objects)⁵. (Pinheiro, 2027, n.p.)

The second, personal and ethical, is that the authors of this text are also Brazilians. This allows us to talk about the Brazilians as Brazilians, and from a Brazilian point of view, rather than a Eurocentric or Americanized one, which enables us to identify the existence of clichés and inconsistencies with the representation of the Brazilians in a more precise way, even if this does not prevent us from having our own clichés. Thirdly, the term migrant, as we shall see in the first part of this text, refers to the context of the labour market, and this allows us to explore indirectly the production of stereotypes of the Brazilian, such as the soccer player or the Latino who works in the construction field. This kind of quest for the stereotype, following Beyart-Geslin's (2021) approach, gives us a glimpse of the creation of visual habits that contribute to the construction of a social image of the subject that subjects of any nationality, at any given moment, have to come up against.

The chosen methodology, which is more of a qualitative and comparative analysis, aims to establish a framework that is both neutral and impartial, without neglecting scientific rigor when it comes to corpus analyses. In terms of the theoretical basis of this study, the concepts of representation, enunciation and the logical pair narrativity/narrative will be our entry point for exploring the meaning of the images generated. This approach will then enable us to analyze our corpus in the light of symbolic, political and enunciative aspects, supported by approaches from identity theories, sociosemiotics and discursive semiotics.

It is true that the semiotic analysis of images is not new (Floch 1981a, 1981b, 1985; Thürlemann, 1982; Greimas, 1984). The same applies to the dialogue between semiotics and artificial intelligence (Meunier, 1989; Thérien, 1989; Arnold, 1989; Rialle, 1996). However, the particularity of this study, as is the case for most of the texts that study the production of images from GAI, is the fact that, at the start of our research, our corpus is virtual. In other words, our corpus is characterized by its "virtual existence (...) an existence 'in absentia'" (Greimas & Courtés, 1979, p. 421), as a "shapeless and indistinctive mass" to borrow the expression from de Saussure (1931, p. 155).

In this way, following the example of other studies analyzing the visual productions of GAI (Dondero, 2024; D'Armenio, Deliége & Dondero, 2024), we have constructed our own corpus of 56 images, based on a prompt and with the assistance of the GAI. The particularity of our corpus lies not only in the

⁴ We have decided to retain the term "miscegenation" here in order to remain as faithful as possible to the Portuguese text. However, as mentioned in footnote number 2, this term refers to the meaning of *miscigenação/mestiçagem* in Portuguese without any pejorative connotation.

⁵ In the original text: "Mestiçagem aqui não remete ao cruzamento de raças, ainda que obviamente o inclua, mas à interação entre objetos, formas e imagens da cultura. (...) A mestiçagem é uma onça alegre que se alimenta de todas essas outras (bichos, gentes, objetos)" (Pinheiro, 2017, n.p.).

symbolic and political character of the object of representation, the Brazilian migrant, but also in the methodology used to obtain them.

In order to satisfy a comparability criteria, the “meta-methodology” for the production of the images that constitute the corpus of this study is based on the respect of five basic criteria: (I) all images were generated with the same prompts, (II) prompts were translated into three different languages, Brazilian Portuguese, English and French, (III) prompts were entered in two different geographical areas, (IV) prompts were simultaneously entered, and (V) three platforms for image production from GAI were used: DALL-E 2, MidJourney 6.1 and Stable Diffusion 3.0. These five basic methodological criteria thus help us to evaluate the different responses and images created by each artificial intelligence from a common and comparable semantic base.

And as it is not possible to build a corpus from the GAI without a prompt, another methodological characteristic is essential: the “quality” of the prompt. We put the term “quality” in quotation marks here, because what can be considered a prompt of quality is quite variable and specific to each study. In this study, a prompt of quality must be as “neutral” as possible and should be semantically compatible in the different languages used, particularly in order to meet the criteria of reproductibility. Of course, we are also careful to place the word “neutral” in quotation marks, as we are aware that the very nature of our object and objective is impregnated by semantic and symbolic biases, particularly when working essentially with the notion of immigrant or migrant.

In fact, it is at this very point that we find our first major problem, since semantically, slight linguistic variations around the words “immigrant” and “migrant” could give rise to misleading synonyms. It is precisely for this reason that we are immediately forced to present the first definitions that will be useful to us throughout this work.

2. THE SEMANTIC CHALLENGE OF THE PROMPT

When it comes to the semantics of the prompt methodology, we are compelled to face up to the different values and meanings of the words that surround the concept of “immigrant” and “migrant”, which is why our first step is lexical. This is the only way that we will be able to grasp which term would be best suited to establishing a simple, “neutral” and comparable prompt.

We emphasize that this lexical approach is crucial to ensuring that the prompt works properly overall, especially because the simplicity and efficiency we are aiming for will enable us to make our request to the GAI without giving too many hints, allowing the machine to “express itself” as “freely” and as “neutral” as possible. Our aim with this prompt is therefore to provide what we want, while allowing the machine to carry out its interpretation of the semantic and syntagmatic variables, i.e., what it considers, from its database, to be

“immigrant”, “migrant”, “immigrant”, “foreigner” and its respective representations and constructions associated with these concepts.

This being the case, it seems appropriate to begin our approach by investigating the definition of the term that best defines the subject whose representation we are seeking: the person of immigrant background. On this point, Lacroix (2016,) offers a *petit lexique des migrations* in which he sets out the definition of migrant, immigrant and foreigner. For the author, “the term migrant is a generic term used to describe anyone living elsewhere than in their place of birth” (p. 19)⁶. Thus, in his interpretation, “a migrant is a person who has carried out a migration, a journey through space to change their living place” (p. 19)⁷. As for the term immigrant, Lacroix explains that it “designates people living in a state other than the one in which they were born” (p. 20)⁸. The difference here is that the point of view adopted to refer to the immigrant is that of the country of reception or settlement. Finally, the author points out that “A foreigner is one who is of foreign nationality” (p. 21)⁹, or stateless.

The problem with the definitions presented by Lacroix (2016)¹⁰ is that they seem to slightly differ from those established by some dictionaries, and in addition they do not encompass the entire lexical spectrum of neighboring terms. We are thinking here in particular of the relationship between the lexemes /immigrant/migrant. In French, a quick look at the Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales (CNTRL) reveals a clear difference between the frameworks of the terms. For the CNTRL (n.d.), migrant is defined as “the individual working in a country other than their own”¹¹, while immigrant is “those who immigrate (to another country country)¹², i.e., the person who comes “to a foreign country and settle there, often permanently”¹³. Similarly, Le Robert (n.d.) defines immigrant as “a person who immigrates to a country or has recently immigrated there”¹⁴, and migrant as “a person who expatriates for economic reasons”¹⁵. These semantic particularities are also found in the English language, as the Cambridge Dictionary (n.d.) presents the lexeme migrant as “a person that travels to a different country or place, often in order to find a

⁶ In the original text: “le terme de migrant est un terme générique qui permet de qualifier toute personne qui vit ailleurs que sur son lieu de naissance”.

⁷ In the original text: “un migrant est une personne qui a effectué une migration, un voyage dans l’espace pour changer de lieu de vie”.

⁸ In the original text: “désigne les personnes vivant dans un autre État que celui dans lequel elles sont nées”

⁹ In the original text: “un étranger est celui qui est de nationalité étrangère”.

¹⁰ Due to space constraints, it was not possible to include other definitions of immigrant, migrant, and emigrant in the debate. In future work, to be developed based on the results of this study, we will reflect on this issue in order to better understand the relationship between the possible lexical definitions in question and the production of images.

¹¹ In the original text: “l’individu travaillant dans un pays autre que le sien”.

¹² In the original text: “celui ou celle qui immigré (dans un autre pays)”.

¹³ In the original text: “dans un pays étranger pour s’y établir, souvent définitivement”.

¹⁴ In the original text: “personne qui immigré dans un pays ou qui y a immigré récemment”.

¹⁵ In the original text: “personne qui s’expatrie pour des raisons économiques”.

work” and the term immigrant as “a person who has come to a different country in order to live there permanently”. Interestingly, the definition provided by the HOUAISS dictionary of Brazilian Portuguese (n.d) does not necessarily take into account this distinction, which is marked in other languages (even in other Latin languages), but highlights the transitive difference between the terms. According to the dictionary, in Brazilian Portuguese, an immigrant is “someone who has settled in a foreign country”¹⁶, while a migrant is “someone who periodically changes location, region, country, etc.”¹⁷.

We observe that the definitions set out by Lacroix (2016) are unable to account for the fine-grained semantic differences of the lexemes in question, particularly with regard to the aspectualization of the terms. We see, for example, that the term immigrant rather settles into a terminativity (“to settle there, often definitively” (CNTRL), while the lexeme migrant is projected into a durativity, where the process is still unfolding, in our case, the subject’s change of country “for economic reasons”. However, the lexeme /foreigner/, raises no problems for us, as all the dictionaries mentioned agree with the definition presented by Lacroix (2016).

So, in order to meet our self-imposed requirements for the development of the prompt, and in line with our interest in the representation of people from a immigrant background in dialogue with the labour market, it seems more appropriate to name the subject of our prompt based on the lexeme /migrant/.

However, if we intend to analyze the representations of images generated by artificial intelligence that relate the person from an immigrant background to his or her host country in the context of a professional activity, the word migrant by itself is not enough as it only provides us with the subject of the sentence. For this reason, we need to add a few more elements to the prompt.

The first point we need to clarify is the nature of this migrant. A migrant can come from any country and have any nationality. Moreover, it seems to us that the discursive and symbolic construction of the migrant and his or her representation can change according to the relationship between the country of origin and the host country. For example, in the Brazilian imaginary, a German migrant is valued euphorically, while a Bolivian migrant is valued dysphorically. This “game” of representations and symbolic constructions, which takes into account the relationship between the country of origin and the host country, seems to be particularly important when our objects of study are images generated by artificial intelligences. As Davallon (1984) states, “the practices of receiving and producing images are the site of the reproduction of patterns of perception and thought, in both their embodied and objectified

¹⁶ In the original text: “quem se estabeleceu em país estrangeiro”.

¹⁷ In the original text: “que muda periodicamente de lugar região, país, etc.”.

forms” (p. 123)¹⁸.

For these reasons, we feel it is necessary to include these two elements in our prompt: the migrant’s nationality and the country of their destination. In particular, because these two elements will enable us to analyze the image as a “properly social phenomenon, belonging to practical logic, socially and historically produced and reproduced, according to which an image appears (and is called such) when it conforms [...] to its incorporated social representation” (Davallon, 1984, p. 119)¹⁹.

In this sense, we chose France as the destination country for our prompt, mainly because of the diversity of profiles among people from immigrant backgrounds, as highlighted in the work of Almeida and Baeninger (2016). Moreover, in French society, many Brazilians are publicly recognized for their notoriety, particularly in sports, but also in television programs and in cinema. The diversity of these profiles, especially those enjoying public recognition, makes the challenge of representing Brazilians in France even more complex²⁰.

Another important element of our prompt is that we need to specify the type or kind of image we want. So, in order to obtain results as close as possible to a representation of reality, it seems appropriate to specify to the GAI that the type of image to be generated will correspond to a photo image.

As a result, the prompt we will use takes shape as follows: [request [<image type>] <nationality><migrant><in/to><host country>, which corresponds syntactically to <adjective><name><preposition>< proper name>. Thus, our prompt is structured as follows: [request / Can you create a [image type / photo-style image] with the following prompt:] [adjective / Brazilian] [noun / Migrant] [preposition / in] [proper noun / France]. This prompt was also designed considering the limitations of the three GAI, because, for instance, when we asked DALL-E to generate photo-realistic images, it informed us that it was unable to perform this task: “I cannot generate images that mimic real photographs. However, I can create an image with a highly realistic style that approximates the effect of a photograph. If you agree, I can proceed with that.

It also seems necessary to point out that, depending on the language used, the syntactic relationship between the terms in the prompt changes. However, we do not think it is necessary to demonstrate these changes in the different

¹⁸ In the original text: “les pratiques de réception et de production des images sont le lieu de la reproduction des schèmes de perception et de pensée, sous leur forme incorporée comme sous leur forme objectivée”.

¹⁹ In the original text: “phénomène proprement social, relevant de la logique pratique, socialement et historiquement produit et reproduit, selon lequel une image paraît (et est dénommée telle) lorsqu’elle est conforme (...) à sa représentation sociale incorporée”.

²⁰ There is no reliable census of Brazilian immigrants in France. However, in the report entitled Research report: Profile of Brazilians in France (Picanço Cruz, Queiroz Falcão, da Silva & Neves Penna, 2021), the profile of Brazilian immigrants in France is predominantly young, with the majority of individuals between the ages of 21 and 30 and with a college degree. There is a predominance of women, representing 75.2% of survey respondents. The main motivations for migration are family reasons, a better quality of life, and less violence, in addition to work and study opportunities. Most respondents immigrated between 1 and 4.9 years ago, suggesting a recent increase in Brazilian immigration to France.

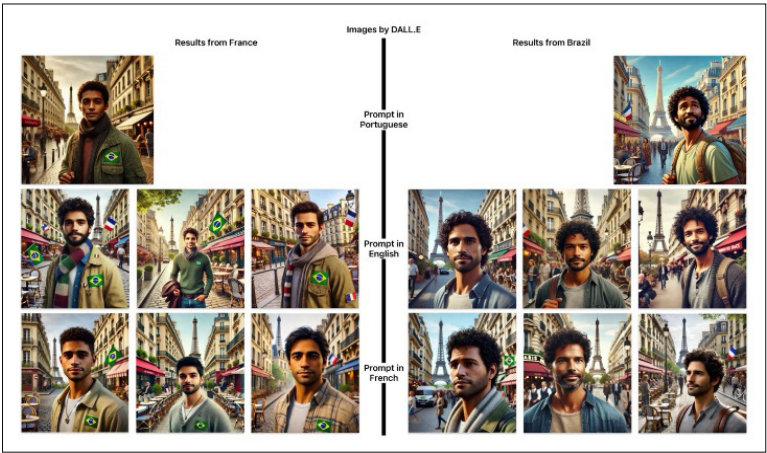
languages used to design each prompt.

Starting with the syntactic structure we had arrived at, we began to enter prompts using the same process for the different GAI tools, that is, first in Brazilian Portuguese, then in English and lastly in French, simultaneously in Brazil and France. It is important to stress that the number of queries for each language and for each GAI tool were the same. However, in some cases we encountered error messages during image generation. In these cases, so as not to influence the result produced by the GAI, we settled for the first results obtained, with no retouching or new requests. It is for this reason that in our corpus, it is possible to visualize unequal quantities of images in each situation and in each GAI. The prompts were captured on August 01, 2024.

3. PROMPT RESULTS AND IMAGE ANALYSIS - DALL-E

We then started with the DALL-E tool integrated into the GPT Chat platform from its paid plan (Image 1).

Image 1. Table of images generated by DALL-E



Source: Own elaboration based on the use of DALL-E.

For the prompt inserted from France, we obtained the image of a young black man wearing a jacket edged with a Brazilian flag on a street where the Eiffel Tower can be seen in the background. The same signifying arrangement is repeated from the prompt seized from Brazil: the image of a black man appears, but this time with plastic formants that make it closer to an illustration than to a photo or a realistic genre. However, there are no symbols or signs that would associate the subject of the image with Brazilian nationality.

In this particular case, we would like to mention that we have chosen to

consider only one of the results obtained, because at this stage of our research we worked already tested other prompts on the same platform. So, to avoid a vice in the tool, we have decided to consider only the results we present.

For the prompt entered in English from France, we note the generation of three images of men who are not necessarily white and who wear flags on their clothing, symbolically representing the two countries mentioned in the prompt. There is, however, only one image where the French flag does not appear either on the clothing or elsewhere, but in this one we find the word France legibly written. In addition, the images created by the DALL-E platform seem to reiterate the figurative anchoring of France through perhaps its main symbol (at least, abroad): the Eiffel Tower. The Eiffel Tower is almost always placed in the background of images from a perspective of Haussmann-style buildings. However, this figurative anchoring, constructed and marked by the monument, the architecture and the Brazilian and French flags, does not seem to contribute to the construction of the representation of what could semantically be understood as a migrant, since its figurativization can easily be mistaken with that of a tourist.

When it comes to the images generated from the English prompt entered from Brazil, a slightly different perspective emerges. Despite the reiteration of the same figurative anchoring strategies that place the discourse actors in a simulacrum of France, there are no obvious symbols linked to Brazil. It seems that, in this case, the platform has focused more on constituting the faces and bodies of these subjects (always men, by the way), who are represented as what might be called an average Brazilian, i.e. a “pardo”²¹ subject, which is a concept used, incidentally, by the institute that carries out the census in Brazil. In this way, we see people who are neither white nor black, but who represent a mixture of the races. However, it must be understood that among the mixed-race population of Brazil – a country recognized as one of the most inequitable in the world (Gobetti, 2024)²² – such a profile would not be so common, especially as one of the photos²³ shows a face that is phenotypically more European.

When we move on to the prompt in French from France, we see a greater diversity in the representation of Brazilian immigrants in France. In this case, we find young people with the profile of mixed-race or black subjects, as well as Brazilians considered white (at least in the Brazilian context). However, in these images we find the same spatial configurations and the same figurative anchoring strategy as in the previous images.

All these characteristics are also reflected in the images generated by the

21 Since there is no perfect equivalent in English for the term “pardo”, we have chosen to keep it in Brazilian Portuguese. In Brazil, “pardo” is an official racial category, reflecting the country’s complex history of racial mixing.

22 All the numbers of this research are available here: <https://observatorio-politica-fiscal.ibre.fgv.br/politica-economica/pesquisa-academica/concentracao-de-renda-no-topo-novas-revelacoes-pelos-dados-do> - Accessed February 19, 2025.

23 The image you see in the middle of the results of the prompt entered in English from Brazil.

French prompt entered from Brazil. In any case, it is clear that the representation of dark-skinned Brazilian immigrants on this platform is minimal. The same applies to the representation of migrant subjects in the strict sense of the word, as they seem to be figurativized more as tourists, though this may end up indicating a representation of France itself.

It seems to us, then, that DALL-E constructs a strategy of explicitness for the elements of the prompt, especially as regards the subject (a man, a foreigner) and the space into which he must fit: France (with its stereotypical symbols), while leaving aside the <work> seme associated with the <migrant> lexeme. This also makes us think that the construction of the figure of the migrant was not obvious, which instead leaves room for the figure of the foreigner, whose meanings can be broader (he can be a worker, he can be a tourist, he can be a refugee and he can even be French). In other words, the figurative construction of the GAI does not allow us to detach the thematic role of the “migrant”. In any case, at least the identification as a foreigner seems to have been preserved in this case. Furthermore, we note that in all the images generated from France, it is possible to observe a *mise en scène* of the Brazilian flag on the subjects’ clothing in contrast to its absence in the results of the prompts produced from Brazil.

In this way, there seems to be a local attempt, from France, to mark the Brazilian presence in the image. Thus, the enunciative act of entering the prompt seems to indicate that the algorithm identifies the location of its user in a way that could possibly interfere in the production of the image, which would justify the iconic anchoring by the Brazilian flag. The finding that the same type of iconization does not occur in the Brazilian prompt may also indicate a question linked to the enunciatee, to which we do not yet have an answer, but which we hope to reflect on in future work.

This creates a face associated with Brazilian immigration. This face, which is therefore reiterated with few variations (in skin, shape, hair type), produces the meaning effect of a norm, as if Brazilians, on average, had the same traits that the images represent. In other words, a miscegenated subject is presented (who could obviously come from several countries, but not all of them) whose posture indicates an appropriate way to behave in his environment. Thus, even without any kind of anchoring to the Brazilian flag, it is possible to say that there is a recognition and identification with one of the phenotypes present in Brazilian society, since we are in the sociocultural dimension of face recognition –the biological and neurological perception of the face has already been explored, for example, by Leone, (2021)–. What we can not emphatically say is that he is a migrant (because he could be a tourist, a semantically closer example to the immigrant, among other possibilities), and we can not, of course, deny that he is in France.

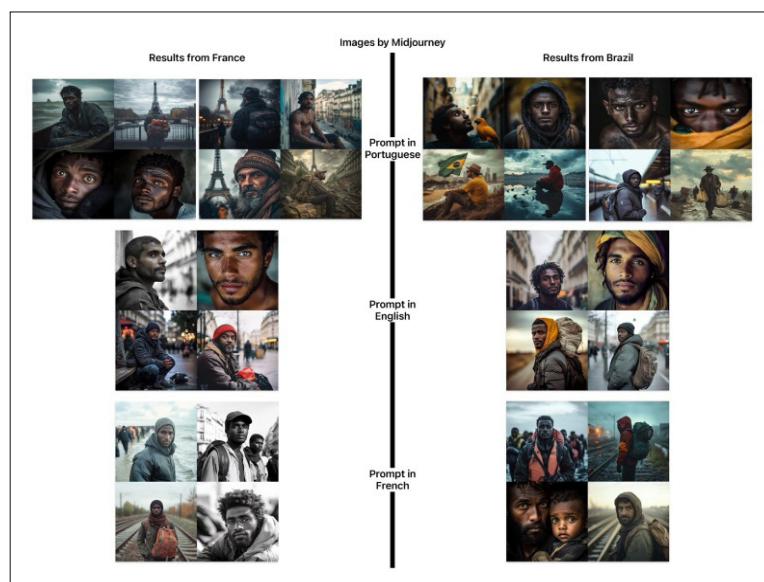
Despite not being completely precise in its enunciative construction, DALL-E creates an image that can still be easily manipulated by other prompts

to achieve the desired representation. In this way, we can say that we are getting closer to the image of an “ideal immigrant”, even if this image is only possible if we drastically reduce the ethnic diversity present in Brazilian society. In any case, the faces present in the images produced by DALL-E indicate a path towards the construction of a normative average Brazilian face, thus stabilizing the thematic role of nationality. However, for another thematic role (that of migrant), the platform did not have the same capacity to establish the representation of a stereotype. In the other platforms that will be analyzed below, this possibility is immediately discarded, as will be seen

4. PROMPT RESULTS AND IMAGE ANALYSIS - MIDJOURNEY

Let's move on to the second platform we used, Midjourney (Image 2). Following the same procedure, we obtained the following results.

Image 2. Table of images generated by Midjourney



Source: Own elaboration based on the use of Midjourney.

In this platform, the results of prompts entered in both Brazil and France are broadly similar. We note that the images generated by Midjourney from the Brazilian Portuguese prompt almost always refer to the figurativeness of subjects who can be identified more as refugees, and who we cannot necessarily associate with Brazil. In many cases, they are black men, in precarious situations, with large backpacks, figurativized in dysphoric scenarios, such as

surrounded by garbage, in a rainy train station, even on a boat in the middle of the sea and sometimes with the presence of the Eiffel Tower.

As we can see, the various images figuratize what might rather be considered a refugee in a spatial anchorage that could be anywhere in the world. Indeed, the only images that establish a link with Brazil are those generated from Brazil. The first shows a white man carrying the Brazilian flag, with its associated colors, against a background that may not be directly associated with France. The second shows a black man with a parrot, a bird symbolically associated with Brazil, in a background that could be in France, but without any symbolic anchorage.

In the case of the prompt entered in English, we obtained similar results, with no major differences regardless of the country in which the prompt was entered. In these images, we find a majority of people in a possible situation of refuge in a spatial anchorage that sometimes dialogues with Haussmannian architecture, and also in a rather cold and rainy environment.

The same considerations can be made in relation to the images generated from the prompt entered in French in both Brazil and France.

What we can see is that on the Midjourney platform, we notice a reiteration of the focus on the faces of the actors in the so-called refugee discourse, based on an aesthetic that reminds us of the journalistic image and that often appears in reports aimed at constructing a human and individual aura, in other words, a subjectivation of the situation of refugees today.

By “mistaking” a migrant for a refugee, Midjourney highlights a semantic trait that does not appear in dictionaries, but which is produced and disseminated through other discourses, especially in the media, which associate immigration and refuge with the poverty and misery of people who have to flee their country. The semantic trait of precariousness that runs through the images reinforces the expectations generated by the presence of immigrants or refugees in certain situations, which then leads to the construction of suffering faces (no one is smiling or expressing happiness) of subjects who, even if they achieve their goal (to reach a city, for example), will continue to be precarious and remain excluded from the social sphere, because they already bear the marks of segregation and stigmatization, constructed by their skin color, their hair, their tense expression, among other elements. As a result, Midjourney reinforces a stereotype that is often the target of prejudice and racism because, at first glance, they are subjects who do not conform to the norms established in a relatively homogeneous society such as European and North American societies.

It should also be mentioned that there is an obvious intensification of color in the images and, above all, in the faces that are supposed to represent Brazilian migrants in France. In this way, as we mentioned, there is room for the reiteration of figures who are commonly victims of racism. Massimo Leone

(2021) makes an interesting comment about chromatic alteration and racism, based on Umberto Eco:

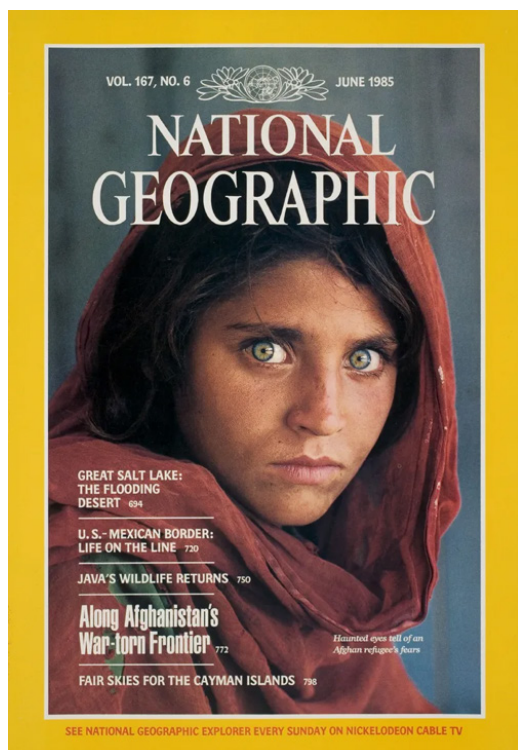
The issue of chromatic alteration in the perception of the face is particularly sensitive, since, as Umberto Eco already underlined in his comments on racism, there is a kind of automatic, spontaneous racism, which is not necessarily related to an ideology, but to the pressure of a visual common sense which, in a given ethnic group, determines the ideal face or at least a range of acceptable variations. (p. 208)²⁴

However, for the author, it is not enough to perceive the other as an alterity based on physiological elements to be considered racist. It is also necessary to insert this alterity into a social and cultural universe in order for this other to be seen as, in the author's words, an anthropological alterity. This is precisely the movement that a platform like Midjourney provokes in its enunciator: the image of human beings with an evaluative and ideological bias of dysphoric representation of a precarious condition (momentary or not, it does not matter). In other words, it is not just a mistake on the part of the machine, but the reproduction of imagery patterns that are present in societies.

Lastly, Midjourney also seems to create images that can be interpreted as a form of mythical valorization (Floch, 1986). These are portrait images that present a different framing from the "journalistic" record, either by presenting an unexpected close-up, or by a play of light and contrasts. In this case, the images produced by Midjourney place the refugees in a situation of quasi-models, in other words, of an aesthetic that partly suspends their precarious condition in order to highlight a beauty that escapes misery and is sometimes even considered "exotic". An obvious example of this is the classic portrait published on the cover of National Geographic in 1985, photographed by Steve McCurry (Image 3).

²⁴ In the original text: "El tema de la alteración cromática en la percepción del rostro es particularmente sensible, ya que, como Umberto Eco lo subrayaba ya en sus comentarios sobre el racismo, existe una especie de racismo automático, espontáneo, que no está necesariamente relacionado a una ideología, sino a la presión de un sentido común visual el cual, en un determinado grupo étnico, determina el rostro ideal o por lo menos una gama de variaciones aceptables".

Image 3. *National Geographic* magazine cover image



Source: *National Geographic* (June, 1985).

Not surprisingly, it is a portrait of an Afghan refugee named Sharbat Gula (Strochlic, 2017). This image has become an example of how the media can manipulate the meanings of an image by suspending the misery of a certain degrading situation in an aesthetic object based on features that refer to the notion of Western hegemonic beauty. In this case, it seems that Midjourney also plays with these elements in some of the images produced from the same prompt used on other platforms.

5. PROMPT RESULTS AND IMAGE ANALYSIS - STABLE DIFFUSION

Following the same procedure, we move on to the final GAI image tool, Stable Diffusion (Image 4).

Image 4. Table of images generated by Stable Diffusion



Source: Own elaboration based on the use of Stable Diffusion.

The images that were generated from the Portuguese prompt in this platform reiterated the figurativization of refuge and refugee, ignoring however the semantic difference with the theme of immigration, migrant and also the spatial anchorage referred to by the word <France>. Of the four images produced, only one shows a city that could be recognized as being located in France. However, in the image in question, the representation of the subject refers to a citizen who could be from several countries other than Brazil.

Regarding the results of the images generated from the English prompt, we observe the reiteration of elements that have previously been highlighted by the DALL-E platform, namely, the presence of mixed-race men that can possibly be associated with the phenotypic representation of the Brazilian, as well as a spatial anchoring that refers to France thanks to the presence of the Eiffel Tower.

Compared to the images whose prompt was captured in French, we note the same elements of the prompt captured in Portuguese, i.e., absence of spatial anchoring, reiteration of the refuge theme, figurativization of the refugee and absence of semantic difference between refugee/migrant, as we observed with the production of Midjourney images. In other words, neutralizing the

differences between immigrants and refugees reinforces the stereotyping of both social groups by emphasizing poverty and precarious living conditions as a common element for both types of foreigner.

As for the English prompt, the image of a mixed-race subject, but with traits closer to those of a white subject, also brings into question racial representation and, above all, the representation of the diversity of a given society. We therefore raise a question to open up a debate that cannot be developed in the space of this text: is stereotyping the limit of artificial intelligence in producing images of populations? Or will algorithmic technology allow us, in the near future, to expand the possibility of obtaining results that are closer to a social “reality” given through perception and experience?

6. CONCLUSION

The results of the images generated by the platforms can be divided into two groups. On the one hand, we believe that this perspective of using stereotypes was a strategy of the tools to create images based on simple, generalist prompts aimed precisely at forcing the platforms to create an average Brazilian migrant somewhere in France. Clearly, the challenge we posed to the AI stems from the fact that an “average Brazilian” does not exist in itself, particularly in light of the complex diversity previously discussed. Nevertheless, through this challenge, we anticipated a broader phenotypic and situational diversity –an expectation that was not met in the results obtained.

On the other hand, still in the field of stereotypes and given the broad, general formulation of the prompts, we observed the production of images that went beyond the objectives of what a “neutral” representation of a Brazilian migrant in France should be, since there was an apparent confusion between the meaning of migrant and refugee, as well as many images that ignored the French space.

This conflation, however, generated important results for reflecting on what can be inferred from the stereotypes linked to the semantic field of migration and refuge: a) that there is a reiteration of the same “poverty”, even if to different degrees (the refugee as being poorer and more miserable than the migrant), b) a marked racial cut (the refugee has a darker skin tone than the Brazilian migrant, which also reproduces the racial cut of Brazilian migrants, since the black population in Brazil is mostly poorer than the mixed-race and white populations), c) the platforms are also gendered, with a predominance of male adults and children (something to be explored further in future work), and d) still very simple forms of actor and spatial anchoring linked to the thematic role of migrant, nationality and geographical space.

In addition, we note the total absence of semantic complexity with regard to the lexeme <migrant>, as no image generation tool has captured the meaning

of this term in relation to the notion of work that is associated with this word, as we have seen from dictionary definitions.

Even if we have not succeeded in achieving our primary objective, since that objective was to analyze the stereotypes of people from immigrant backgrounds and the results obtained were, for the most part, associated with a refugee situation, this work has enabled us to identify some of the limitations of GAI image tools, and has also provided us with some answers.

Regarding limitations, we are thinking in particular of the question of semantic depth, because as we have seen, no platform has explored the word migrant in the sense of the dictionaries, i.e., by relating the <work> seme; in the same sense, we have noticed that there is a linguistic limitation at the level of language translation. The results on Stable Diffusion were significantly different when the prompt entered was in English.

In terms of responses, we can say that the geographical location of users did not have a significant impact on image results. However, as we pointed out in our analysis, in some cases we found more or less marked reiterations depending on the geographical location from which the prompt was entered. Nevertheless, due to our small sample, we cannot confirm whether or not these enunciative strategies were influenced by this. In future work, we therefore plan to widen the geographical radius of our search, as well as the nationalities and situations represented in our prompts, in order to get closer to an answer. In other words, the problem of translating and interpreting the term “migrant” led us not to a representation of a person from Brazilian immigration, but rather to a refugee. This is why expanding this study could provide us with more information on a certain selectivity by the algorithms between the terms “migrant” and “refugee” –depending on nationality, for example– and their respective representations.

In this sense, this approach will also enable us to identify in the future works the long-term progression of the technical competence of GAI tools in the creation of images, to observe its semantic competence²⁵ and to evaluate a possible evolution of the discursive construction of GAI to societal representations over time. This possibility of continuity and expansion in this study is perhaps its greatest asset.

This leads us to say that, despite the promise of artificial intelligence, especially in terms of accelerating the process of constructing verbal, visual or syncretic texts, it still comes up against its limits, which are those of the data sets with which each model has been trained and also those of the mankind.

25 What we refer to here as semantic competence is the AI's ability to interpret a word according to its different meanings, without reproducing errors or flaws in meaning. In other words, is the traduction/interpretation ability.

REFERENCES

- Almeida, G. M. R. de & Baeninger, R. (2016). A imigração brasileira na França: do tipo histórico às modalidades migratórias contemporâneas. *Revista brasileira de estudos de população*, 33(1), 129-154. <https://doi.org/10.20947/S0102-309820160007>
- Arnold, M. (1989). La sémiotique: un instrument pour la représentation des connaissances en intelligence artificielle. *Études littéraires*, 21(3), 81-90. <https://doi.org/10.7202/500872ar>
- Beyaert-Geslin, A. (2021). L'invention de l'autre: Le juif, le noir, le paysan, l'alien. *Classiques Garnier*.
- Cambridge English Dictionary. (n.d.). *Immigrant*. In *Cambridge English Dictionary*. Cambridge University Press. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/immigrant>
- Cambridge English Dictionary. (n.d.). *Migrant*. In *Cambridge English Dictionary* (online). Cambridge University Press. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/migrant>
- Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales. (n.d.). *Immigrant*. In *CNRTL lexical resource*. CNRTL. <https://www.cnrtl.fr/definition/immigrant>
- Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales. (n.d.). *Migrant*. In *CNRTL lexical resource*. CNRTL. <https://www.cnrtl.fr/definition/migrant>
- Commission de l'intelligence artificielle. Ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance (2024). *IA: Notre ambition pour la France*. Gouvernement. https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/cge/commission-IA.pdf
- D'Armenio, E., Deliège, A. & Dondero, M. G. (2024). Semiotics of Machinic Co-Enunciation. *Signata*. <http://journals.openedition.org/signata/5290>
- Davallon, J. (1984). Sociosémiotique des images. *Langage et société*, 28(2), 111-140.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (1976). *Rhizome*. Minuit.
- Dondero, M. G. (2020). *Les langages de l'image. De la peinture aux Big Visual Data*. Hermann.
- Dondero, M. G. (2024). Inteligência artificial e enunciação: análise de grandes coleções de imagens e geração automática via Midjourney. *Todas as letras. Revista de língua e literatura*, 26(2), 1-24. <https://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/tl/article/view/17164>
- Floch, J.-M. (1981a). Kandinsky: sémiotique d'un discours plastique non figuratif. *Communications*, 34.
- Floch, J.-M. (1981b). Sémiotique plastique et langage publicitaire. *Actes Sémiotiques, Documents EHESS - CNRS*, 3(26).

- Floch, J.-M. (1985). *Petites mythologies de l'œil et de l'esprit. Pour une sémiotique plastique*. Hadès Benjamins.
- Floch, J.-M. (1986). *Les formes de l'empreinte*. Pierre Fanlac.
- Fontanille, J. (2008). *Pratiques Sémiotiques*. Presses Universitaires de France.
- Fontanille, J. (2011). L'analyse du cours d'action: des pratiques et des corps. *Semen*, 32. <http://journals.openedition.org/semen/9396>
- Fontanille, J. (2016). *Sémiotique du discours*. PULIM.
- Gobetti, S. (2024). Concentração de renda no topo: novas revelações pelos dados do IRPF. *Observatório de Política Fiscal*. <https://observatorio-politica-fiscal.ibre.fgv.br/politica-economica/pesquisa-academica/concentracao-de-renda-no-topo-novas-revelacoes-pelos-dados-do>
- Greimas, A. J. & Courtés, J. (1979). *Sémiotique: dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. Hachette.
- Greimas, A. J. (1968). Conditions d'une sémiotique du monde naturel. *Langages*, 10(3), 3-35.
- Greimas, A. J. (1984). Sémiotique figurative et sémiotique plastique. *Actes Sémiotiques - Documents EHESS - CNRS*, VI, 60.
- Houaiss, A. (n.d.). Imigrante. In *Houaiss dictionary of Brazilian Portuguese*. Instituto Antônio Houaiss. <https://houaiss.uol.com.br/busca?palavra=imigrante>
- Houaiss, A. (n.d.). Migrante. In *Houaiss dictionary of Brazilian Portuguese*. Instituto Antônio Houaiss. <https://houaiss.uol.com.br/busca?palavra=migrante>
- Lacroix, T. (2016). *Migrants: L'impasse européenne*. Armand Colin.
- Landowski, E. (1997). *Présences de l'autre. Essais de socio-sémiotique II*. Presses Université de France.
- Leone, M. (2021). Mala Cara: Normalidad y alteridad en la percepción y en la representación del rostro Humano. *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 30, 191-211. <https://doi.org/10.5944/signa.vol30.2021.29305>
- Le Robert. (n.d.). Immigrant. In *Le Robert online dictionary*. Le Robert. <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/immigrant>
- Le Robert. (n.d.). Migrant. In *Le Robert online dictionary*. Le Robert. <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/migrant>
- Lotman, Y. (1999). *La semiosphère*. PULIM.
- Meunier, J. G. (1989). Artificial intelligence and the theory of Sign. *Semiotica*, 77(1-3), 43-63.
- Pinheiro, A. (2017). *A condição mestiça*. <https://escritablog.blogspot>

com/2019/03/a-condicao-mestica-amalio-pinheiro.html

Picanço Cruz, E., Queiroz Falcão, R. P. de, Silva, M. L. da & Neves Penna, B. das (2021). *Research report: Profile of Brazilians in France*. Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica FUNADESP-UNIGRANRIO. https://mpeinternacional.uff.br/wp-content/uploads/sites/53/2021/03/Relatorio-Brasileiros-na-Franca_FINAL.pdf

Rialle, V. (1996). IA et sujet humain: entre physis et sémiosis. *Intellectica. Revue de l'Association pour la Recherche Cognitive*, 23, 121-153. https://www.persee.fr/doc/intel_0769-4113_1996_num_23_2_1533

Saussure, F. (1931). *Cours de Linguistique Générale*. Payot.

Strochlic, N. (2017). Famosa “menina afegã” finalmente consegue um lar. *National Geographic*. <https://www.nationalgeographicbrasil.com/sharbat-gula/2017/12/famosa-menina-afega-finalmente-consegue-um-lar-capa-historica-refugiado-afeganistao>

Thérien, G. (1989). Sémiotique et intelligence artificielle. *Études littéraires*, 21(3), 67-80. <https://doi.org/10.7202/500871ar>

Thürlemann, F. (1982). *Paul Klee, analyse sémiotique de trois peintures*. Age d'Homme.

* Author contribution: The conception of the scientific work was carried out by Alexandre Provin Sbabo and Alexandre Marcelo Bueno. All authors contributed to the design, material preparation, data collection and analysis. All authors read and approved the final manuscript.

* Note: the Academic Committee of the journal approved the publication of the article.

* The dataset that supports the results of this study is not available for public use. The research data will be made available to reviewers, if required.



Article published in open access under the Creative Commons License - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICATION OF THE AUTHORS

Alexandre Provin Sbabo. PhD in Language Sciences by the University of Limoges (France) and PhD in Communication and Semiotics by the Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (Brasil). Associate professor at the University Institute of Technology of the Université Paris-Est Créteil (France). Associate research member of the Centre d'étude des discours, images, textes, écrits et communication and the Centre de Recherches Sémiotiques in France and of the Centro de Pesquisas Sociossémioticas in Brazil. Treasurer of the Fédération Romane de Sémiotique and head of communication at the International Association for Semiotic Studies.

Alexandre Marcelo Bueno. PhD in Linguistics and Semiotics by the Universidade de São Paulo (Brazil). Coordinator and Professor of the M.A. and PhD Program in Linguistics and Literature at Mackenzie Presbyterian University (Brazil). Member of the Executive Committee of the International Association for Semiotics Studies.

La máscara-memoji

Rostro y expresividad en la cultura digital

The memoji-mask

Face and expressiveness in digital culture

A máscara-memoji

Rosto e expressividade na cultura digital

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4111>

► SILVIO KOITI SATO

silviosato@usp.br - São Paulo - Universidade de São Paulo, Brasil.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4145-2367>

► CLOTILDE PEREZ

cloperez@usp.br - São Paulo - Universidade de São Paulo, Brasil.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3062-4087>

CÓMO CITAR: Sato, S. K. & Perez, C. (2025). La máscara-memoji. Rostro y expresividad en la cultura digital. *InMediaciones de la Comunicación*, 20(2). <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4111>

Fecha de recepción: 23 de abril de 2025

Fecha de aceptación: 15 de septiembre de 2025

RESUMEN

Este artículo reflexiona sobre las representaciones gráficas del rostro en el entorno digital mediante el análisis de los avatares digitales denominados *memojis*, los cuales han evolucionado a partir de los *emojis* al permitir la personalización facial del usuario. A diferencia de los *emojis* convencionales, que expresan emociones de

manera estandarizada, los *memojis* posibilitan la creación de avatares que incorporan características físicas del individuo. Además, pueden utilizarse no solo en mensajes de texto, sino también para reemplazar fotos de perfil o el rostro en interacciones por video. A partir de un enfoque teórico sobre la cultura digital y la subjetividad contemporánea, examinamos los *memojis* de Apple con el apoyo de la semiótica peirceana. La hipótesis que guía el trabajo plantea que la sustitución del rostro real por un memoji podría reforzar la expresividad e individualidad, aunque también conlleva riesgos de homogeneización. Concluimos que estas figuras pueden usarse como máscaras en prácticas de comunicación cada vez más sofisticadas, pero de manera aún limitada, puesto que se sustentan en una perspectiva esencialmente optimista de un mundo edulcorado.

PALABRAS CLAVE: *memojis, emojis, rostro, cultura digital, semiótica.*

ABSTRACT

This article reflects on graphic representations of the face in the digital environment through an analysis of digital avatars known as *memojis*, which have evolved from *emojis* by allowing the user's face to be personalized. Unlike conventional *emojis*, which express emotions in a standardized way, *memojis* make it possible to create customized avatars, incorporating the individual's physical characteristics. In addition, they can be used not only in text messages, but also to replace profile photos or faces in video interactions. Using a

theoretical approach to digital culture and contemporary subjectivity, this study examines Apple's memojis through the lens of Peircean semiotics. The hypothesis guiding the work suggests that replacing the real face with a memoji could enhance expressiveness and individuality, although it also carries risks of homogenization. We conclude that these figures can be used as masks in increasingly sophisticated communication practices, but still in a limited manner, since they are based on an essentially optimistic perspective in a somewhat idealized world.

KEYWORDS: *memojis, emojis, face, digital culture, semiotics.*

RESUMO

Este artigo reflete sobre representações gráficas do rosto no ambiente digital por meio da análise de avatares digitais conhecidos como *memojis*, que evoluíram dos *emojis* ao permitir a personalização facial do usuário.

Diferentemente dos *emojis* convencionais, que expressam emoções de forma padronizada, os *memojis* possibilitam a criação de avatares customizados, incorporando características físicas do indivíduo. Além disso, podem ser usados não apenas em mensagens de texto, mas também para substituir fotos de perfil ou o rosto em interações por vídeo. A partir de uma abordagem teórica sobre a cultura digital e subjetividade contemporânea, examinamos os *memojis* da Apple com o aporte da semiótica peirceana. A hipótese que norteia o trabalho sugere que substituir o rosto real por um memoji pode aumentar a expressividade e a individualidade, embora também acarrete riscos de homogeneização. Concluímos que estas figuras podem ser usadas como máscaras em práticas cada vez mais sofisticadas de comunicação, mas de forma ainda limitada, uma vez que se fundamentam em uma perspectiva essencialmente otimista de um mundo edulcorado.

PALAVRAS-CHAVE: *memojis, emojis, rosto, cultura digital, semiótica.*

1. INTRODUCCIÓN

La producción, los comentarios y el intercambio de contenidos de forma continua e instantánea son acciones cotidianas del individuo contemporáneo, conectado ubicuamente a una red global. En ese entorno digital, se utilizan múltiples pantallas, plataformas y recursos para la expresión individual a través de textos, imágenes y vídeos, dando lugar a un proceso de mediación comunicativa cada vez más complejo, ágil y sofisticado.

En la construcción de esa narrativa digital, se seleccionan imágenes del propio sujeto que llevan en cuenta formatos, ángulos, vestimentas y contextos sociales, profesionales o íntimos, e intencionalidades diversas. Estas imágenes, aunque elegidas individualmente, se perciben y se evalúan dentro de la colectivamente, lo que genera una difuminación de los límites entre lo público y lo privado, entendida como construcción discursiva y sociocultural. Desde la perspectiva peirceana, la sanción de la comunidad no ocurre de manera posterior, sino que forma parte intrínseca de la percepción y de la interpretación de los signos mediáticos, condicionando desde el inicio los significados producidos.

Se observa una hiperrepresentación digital del rostro, que se ha convertido en el símbolo central de la identidad digital, siendo gestionado a través de los perfiles en diferentes redes sociales (Moncada, Martínez & Barrera, 2024). La foto de perfil, por ejemplo, es una decisión estratégica, que puede utilizarse para facilitar el reconocimiento, transmitir jovialidad, expresar emociones positivas o reforzar una imagen de éxito profesional.

El rostro y sus expresiones faciales también son la base de figuras gráficas conocidas como emojis, que se utilizan en la comunicación escrita digital para añadir capas de significado, reducir ambigüedades y expresar afectividad. Se parte del supuesto de que las expresiones faciales humanas son un canal universal de comunicación no verbal para la transmisión de emociones (Park & Suk, 2022). Además, dichos recursos paralingüísticos (Bai et al., 2019) han intensificado la creciente tendencia visual en las prácticas de escritura (Delfa, 2020). Por ello, los emojis han sido ampliamente estudiados por investigadores de manera interdisciplinaria (Sato, 2024).

La historia de ese tipo de representación gráfica se remonta a principios de la década de 1980, con la introducción de los emoticons en los mensajes digitales. Construidos a partir de signos de puntuación combinados, representaban expresiones faciales en orientación vertical. Por ejemplo, la combinación de los signos “:)” resultaba en un rostro sonriente, para expresar emociones y justificar el término “emoticon”. En Japón, en un proceso similar, surgieron los kaomojis, que combinan los caracteres “kao” (rostro) y “moji” (carácter), y a diferencia de los emoticons, se leen horizontalmente.

En 1999, los emojis fueron creados por la empresa japonesa de

telecomunicaciones NTT DoCoMo. A diferencia de los emoticons, los emojis son caracteres gráficos autónomos, diseñados para simplificar la expresión de emociones en mensajes de texto sin necesidad de combinar caracteres. El término “emoji” proviene de la unión de las palabras japonesas “e” (imagen) y “moji” (carácter). El conjunto inicial contenía varios rostros estilizados para representar diferentes emociones.

Tras su introducción en Japón, los emojis rápidamente se difundieron a nivel global, siendo incorporados en los sistemas operativos de Apple en 2011 y de Android en 2013. Desde entonces, se han convertido en elementos omnipresentes en la comunicación digital, destacándose especialmente los rostros formados por círculos amarillos que expresan emociones variadas. Su uso es capaz de influir en la interpretación emocional en interacciones en línea, una vez que reduce atmósferas hostiles y aminora tensiones (Smith, 2015).

La popularidad de los emojis puede ilustrarse con el hecho de que, en 2015, el “emoji llorando de risa” fue elegido como la “palabra del año” por el Oxford Dictionary. En Instagram, se estima que la mitad de los mensajes contienen al menos un emoji (Garun, 2015), mientras que aproximadamente seis mil millones de figuras son enviadas diariamente a través de aplicaciones de mensajería instantánea (Deseret News, 2017).

A lo largo del tiempo, se han introducido nuevos emojis para ampliar la diversidad y representatividad. En 2014, se añadieron opciones de tonos de piel para promover una mayor inclusión étnica y racial. En 2017, se agregaron emojis con variaciones de género, y luego, en 2019, emojis que representaban a personas con discapacidad e identidades no binarias.

Este artículo se centra en una evolución significativa dentro de ese contexto: los memojis. Introducidos en 2018, los memojis representan la tendencia de personalización y animación de los emojis, y están disponibles en diversas empresas y plataformas digitales. A diferencia de los emojis estandarizados, los memojis ofrecen un alto grado de customización, permitiendo que los usuarios construyan una identidad digital singular. Con frecuencia, esos elementos reemplazan el rostro real del usuario en fotos de perfil o conversaciones por vídeo, y refuerzan su expresividad e individualidad. Su potencial para la comunicación emocional ha despertado un creciente interés académico (Park & Suk, 2022).

Con el fin de contribuir a esa discusión, este estudio tiene como objetivo comprender las posibilidades de significado de estos avatares digitales y su relación con las expresiones del rostro en la cultura digital. La hipótesis que guía el trabajo plantea que la sustitución del rostro real por un memoji podría reforzar la expresividad e individualidad, aunque también conlleva riesgos de homogeneización. Para ello, seleccionamos como objeto los memojis disponibles en los móviles de Apple a fin de analizar tanto su diseño básico como el conjunto de opciones de personalización, que pueden utilizarse en stickers y en videollamadas.

El artículo está estructurado de la siguiente manera: inicialmente, se discute la cultura digital y la expresión del rostro en la red. Posteriormente, se presenta un análisis de los memojis, precedido de un recorrido histórico de dichos elementos y de la metodología de análisis, que emplea un guion basado en la semiótica peirceana, concluyendo con la discusión de los principales hallazgos.

2. CULTURA DIGITAL Y ROSTRO EN LA RED

El estudio del contexto contemporáneo está intrínsecamente ligado al avance tecnológico, cuyo impacto creciente se ha visto potenciado en las últimas décadas por el surgimiento de nuevas tecnologías de información y comunicación. Esas transformaciones fueron viabilizadas por redes de transmisión de datos de alta velocidad y materializadas en dispositivos móviles conectados, como los teléfonos inteligentes.

Desde el punto de vista académico, la producción teórica sobre el entorno digital se ha expandido en paralelo con la adopción progresiva de nuevas tecnologías, tanto a nivel individual como colectivo. Inicialmente, predominaban perspectivas optimistas acerca del potencial democrático e inclusivo de Internet, que enfatizaban conceptos como interacción, colaboración e inteligencia colectiva en la construcción de una cultura digital (Lévy, 2010). No obstante, enfoques más recientes y críticos han problematizado los impactos de la digitalización acelerada, con cuestiones como vigilancia, control y dependencia tecnológica (Morozov, 2018; Zuboff, 2021). Dichos debates tienen implicaciones significativas en diferentes ámbitos, como la educación, la legislación y la economía, y son ampliamente realizados por empresas, gobiernos y la sociedad civil.

Este artículo examina las nuevas formas de mediación y comunicación subjetiva en red que ocurren en la cultura digital. Se trata de un entorno donde la abundancia de medios y pantallas convierte el espacio social en una escena pública mediatizada, en la que se manifiesta la idea de los “15 minutos de fama” predichos por Andy Warhol (Semprini, 2006). En teoría, cualquier individuo dispone de medios comunicativos para expresarse, en un escenario multiplataforma de gran alcance y dispersión (Jenkins, Ford & Green, 2015).

La búsqueda de visibilidad se ha convertido en un aspecto central en un contexto donde los influencers digitales desempeñan un papel destacado. Las redes sociales digitales, por su parte, se configuran como el principal espacio para dichas prácticas comunicativas y tornan posible la construcción de distintas personas virtuales a través de los perfiles individuales. El lenguaje audiovisual que permea esas interacciones refuerza la centralidad de la imagen, especialmente del rostro. El nombre “Facebook”, por ejemplo, hace referencia a los anuarios estudiantiles que reúnen fotografías e información básica de los alumnos, lo cual refleja la importancia del rostro en la identidad digital.

La virtualización de la experiencia social también plantea desafíos para los individuos, ya que la vida proyectada en las redes es idealizada y editada, acercándose a una narrativa publicitaria. Se trata de una representación parcial y curada, en la que se exhiben aspectos deseables de la vida personal, una estetización de lo cotidiano que se asemeja a la publicidad.

Un ejemplo de ese fenómeno es la expresión “Instagram Face” (Rostro de Instagram, en una traducción libre), caracterizada por el uso excesivo de filtros y edición de imágenes, lo que da lugar a rostros estandarizados y estéticamente mejorados (Moncada, Martínez & Barrera, 2024). Esta homogeneización de la autoimagen no se limita al entorno digital, sino que influye también en la búsqueda de intervenciones estéticas en el mundo físico, como las cirugías plásticas, con el objetivo de alinear la apariencia real con imágenes de las redes sociales.

Además, los conflictos derivados de la multiplicación de identidades digitales también son relevantes. El individuo contemporáneo gestiona múltiples personas en diferentes redes sociales, por medio de interacciones en diversos espacios y con distintos roles (Turkle, 1997). Sin embargo, esta fragmentación identitaria no es necesariamente perjudicial; por el contrario, puede ser utilizada estratégicamente para reforzar la construcción identitaria y ampliar las formas de autoexpresión, en consonancia con los multivideos discutidos por Canevacci (2018).

La interacción en red no ocurre únicamente a través de textos, sino también mediante elementos figurativos, como emojis y stickers, utilizados por individuos, marcas y empresas (Pompeu & Sato, 2015, 2016, 2018). Entre esos recursos, destacan los memojis, que desempeñan un papel central en la cultura visual contemporánea y en la personalización de la comunicación digital. Estos elementos refuerzan la dimensión visual e interactiva de las redes sociales y amplían las posibilidades expresivas de los individuos en el entorno digital.

3. LOS MEMOJIS DE APPLE: HISTORIA Y PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

La historia de los elementos paralingüísticos en la comunicación por mensajes en el entorno virtual demuestra una evolución constante, en línea con el desarrollo tecnológico y los usos sociales, como se mencionó en la Introducción de este artículo.

Las recientes transformaciones en dichos elementos incluyen la posibilidad de customización y animación de figuras que representan o sustituyen los rostros de los usuarios. Tales recursos se presentan como evoluciones de los emojis y son ofrecidos por los principales fabricantes y desarrolladores de teléfonos inteligentes, como Apple y Samsung. Su uso está ampliamente difundido entre los jóvenes de las generaciones Y (Millennials) y Z (Costa & Prata, 2019).

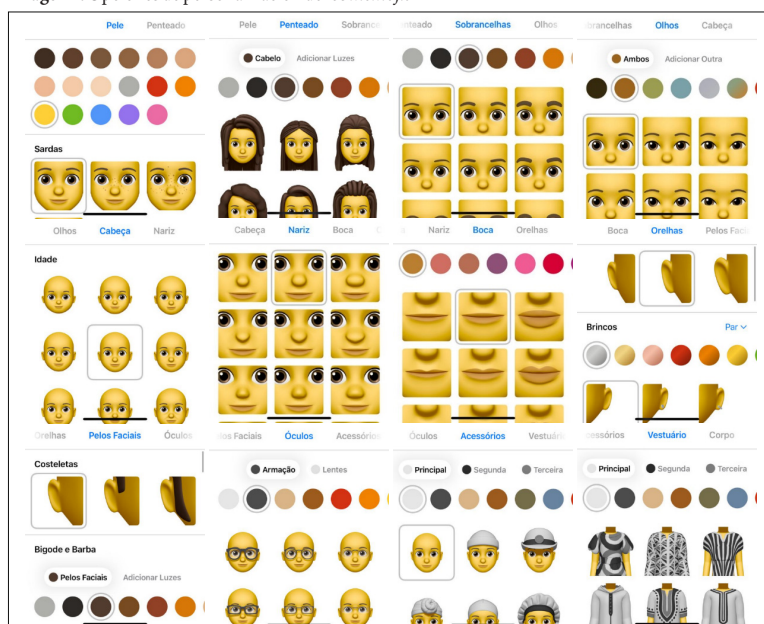
Estos avatares digitales denominados memojis por Apple, como sugiere el

nombre, son figuras que se asemejan al rostro del propio usuario. Antes de su creación en 2018, hubo una fase intermedia con los animojis, lanzados en 2017. Los animojis son emojis animados que capturan los movimientos faciales del usuario, e incluyen personajes predefinidos como un unicornio, un panda y un robot¹.

Los memojis se diferencian de los animojis en que son completamente personalizables, lo que permite que el usuario cree una imagen digital detallada de sí mismo, con diversas opciones de cabello, accesorios y maquillaje. Además, utilizan la cámara frontal del teléfono para capturar emociones en tiempo real y pueden emplearse en mensajes, videollamadas y stickers.

Desde su lanzamiento, Apple ha ampliado las opciones de personalización de los memojis para permitir versiones digitales más fieles y diversas de los usuarios. Actualmente, el proceso de creación o edición de un memoji se realiza a través de pantallas secuenciales, ilustradas en la Imagen 1.

Imagen 1. Opciones de personalización de los memojis



Fuente: capturas de pantalla del móvil realizadas por los autores.

Los ajustes de los memojis están divididos en 13 categorías (Tabla 1), de las cuales 9 se refieren a las características faciales, lo que evidencia la centralidad

¹ En 2023 se lanzó el Apple Avatar (Apple ID Avatar), un avatar personalizable que puede utilizarse para representar al usuario en la cuenta de Apple (Apple ID) y en servicios como iCloud, Game Center y iMessage. A diferencia de los memojis, los avatares de Apple no están animados y se utilizan principalmente como imágenes de perfil.

del rostro en la experiencia del usuario. Otras 2 categorías (gafas y accesorios) también se centran en el rostro, mientras que solo 2 categorías (cuerpo y vestimenta) tratan de la parte superior del cuerpo y la indumentaria.

Tabla 1. Categorías de personalización de los memojis

Piel	Peinado	Cejas	Ojos	Cabeza	Nariz	Boca
color, pecas, mejillas y marcas	estilos, longitudes y colores de cabello	formas, grosores y colores variados	formas, tamaños, colores; heterocromía (color diferente para cada ojo)	formas, tamaños y edad aparente	formas y tamaños	formas, tamaños y colores de los labios
Orejas	Vello facial	Gafas	Accesorios	Vestimenta	Cuerpo	
tamaños, accesorios (pendientes y audífonos)	barbas y bigotes en diversos estilos y colores	formas, colores de montura y lentes	sombreros y máscaras con variedad de estilos y colores	colores y estilos de la parte superior	formas de la parte superior (cintura, pecho, hombros y brazos)	

Fuente: elaborado por los autores.

Para analizar los memojis y sus opciones de customización, utilizaremos un guion basado en la semiótica peirceana (Perez, 2004), que emplea las tricotomías del signo en sí mismo, en relación con el objeto y los significados potenciales generados. Evaluaremos las siguientes dimensiones: cualitativo-icónica, singular-indicial y convencional-simbólica.

En la dimensión cualitativo-icónica, se evalúa la cualidad de la que está hecho el signo en análisis (cualisigno) y su relación icónica con el objeto, es decir, aspectos cualitativos que pueden percibirse a primera vista: forma, diseño, color, volumen, textura, composición, líneas, luminosidad, etc. Estas cualidades más concretas y visibles pueden asociarse con efectos de sentido más abstractos, responsables de las primeras asociaciones de ideas que el signo genera, y forman las impresiones iniciales, con las sugerencias inmediatas.

En la evaluación de la dimensión singular-indicial, el análisis considera el sinsigno y su relación indicial con el objeto a partir de la comprensión del contexto de uso y de la existencia del signo en un determinado espacio y tiempo, para un uso específico y un público determinado. En esta dimensión, se buscan indicios del contexto de uso, de las características del usuario y de las relaciones de causa y efecto derivadas de la circulación de los signos involucrados.

Finalmente, en la evaluación de la dimensión convencional-simbólica, el análisis se centra en el fundamento del signo y su relación simbólica con el

objeto. Se trata del análisis del contexto cultural más amplio en el que se inserta el signo, no en su singularidad, sino en su aspecto más universal. En este sentido, se busca comprender valores más amplios y significados culturales compartidos.

4. ANALISIS DE LOS MEMOJIS DE APPLE: VIDEO LLAMADAS Y STICKERS

En el conjunto de memojis evaluado, la primera impresión que se percibe en la dimensión cualitativo-icónica es la suavidad. La figura humana y las opciones de personalización presentan formas redondeadas y superficies lisas, es decir, rostros sin arrugas ni marcas de expresión y vestimentas y accesorios sin texturas destacadas. Los colores son uniformes y favorecen la alta visibilidad. El rostro destaca por sus ojos grandes y prominentes con efecto de brillo, lo que otorga expresividad a la figura, mientras que cejas, nariz y boca mantienen un patrón simétrico y poco agresivo. La perspectiva frontal refuerza la sensación de bidimensionalidad, a pesar de la ligera presencia de sombras y volumen, que incita a la tactilidad de la mirada. De modo general, la sensación es de familiaridad y de un universo signico amigable, fácilmente asociado con los seres humanos y su indumentaria, pero de manera suave y lúdica.

En la dimensión singular-indicial, los elementos customizables de los memojis transmiten la idea de individualidad y, así, indican diferencias entre cada usuario. No obstante, esto se logra de manera moderada y limitada, ya que los elementos centrales del rostro (forma, ojos y boca, principalmente) presentan alteraciones sutiles. Esto hace que cada memoji tenga peculiaridades, pero al mismo tiempo, que exista una relación fuerte entre todos ellos – una familia de memojis en cierto modo, lo que inevitablemente genera una similitud entre todos los usuarios. Esta sutileza en las opciones de personalización se extiende a la vestimenta y los accesorios, que priorizan la neutralidad, sin exageraciones, escotes o contrastes entre los diferentes elementos disponibles, aunque haya algunos que aporten significados de representatividad y diversidad, como prendas y accesorios para la cabeza relacionados con etnias y creencias religiosas, por ejemplo.

En la dimensión convencional-simbólica, el conjunto de memojis remite al universo de los dibujos animados y los cómics tradicionales, con una apariencia menos realista y más simplificada del rostro humano. En este sentido, evocan un mundo más fantasioso y edulcorado, con la configuración de un ambiente universal y optimista, alineado con los principios de los emojis, los predecesores de los memojis. Por otro lado, se alejan de un universo más realista, lo que minimiza en cierta medida tensiones o emociones negativas.

Uno de los usos más destacados de los memojis ocurre en transmisiones de video, donde la figura digital sustituye automáticamente el rostro del usuario, adaptándose a las expresiones captadas por la cámara del móvil (Imagen 2).

Imagen 2. Uso de los *memojis* en videollamadas (FaceTime)

Fuente: capturas de pantalla del celular realizadas por los autores.

Hay poca variación en los ángulos del rostro-memoji, ya que es necesario mirar siempre de frente a la pantalla del teléfono. Del mismo modo, la nariz, las orejas, el mentón y las mejillas tienen un papel menos prominente, ya que los ojos y la boca son los elementos que generan reacciones más evidentes y dominan las expresiones faciales del memoji animado.

Debido a su tamaño y diseño (colores y formas), el rostro ocupa un espacio de protagonismo en la pantalla, lo que añade una capa lúdica con la idea de máscara, que encubre e indicia quién está detrás del memoji. De la misma manera, la inserción de otras figuras del mismo memoji amplía los recursos expresivos y genera la sensación de múltiples “yos” que coexisten en la misma pantalla y detrás de ella, como capas adicionales de mediación en el diálogo entre pantallas.

Finalmente, hay potencialmente significados convencionales relacionados con la tecnología y la relación espacial, especialmente el hibridismo territorial, a partir de la composición del memoji con el cuerpo del usuario y el escenario de la transmisión. Así, la combinación entre memoji, cuerpo físico y entorno fortalece la noción de un espacio virtual de conversación híbrido.

A continuación, discutiremos con más detalle los stickers disponibles a partir de la creación de un memoji. El conjunto de expresiones estáticas está compuesto por 54 expresiones distintas (Imagen 3), que el usuario puede manipular en diversas situaciones de comunicación, lo que hace las conversaciones más interactivas y personalizadas.

Imagen 3. Conjunto de 54 *memojis* de Apple











































Fuente: Capturas de pantalla del celular realizadas por los autores.

Para analizar este amplio conjunto de elementos con enfoque en el rostro, creamos dos criterios distintos. El primero es la participación del rostro en la composición, dividido en cuatro tipos: a) solo el rostro y sus expresiones faciales, b) elemento figurativo adicional junto al rostro, c) rostro junto con las manos, y d) rostro con la parte superior del cuerpo. El segundo criterio es el tipo de emoción representada: positiva, neutra o negativa. Los *memojis* analizados y su clasificación a partir de estos criterios se presentan en la Tabla 2.

Un comentario general sobre el conjunto de stickers es que muchos de ellos no se relacionan con una emoción específica, sino con alguna acción realizada por el emisor (como sonarse la nariz o estornudar), aproximándose así a la categoría del índice al señalar hechos observables. Sin embargo, dichas acciones pueden adquirir significados simbólicos o metafóricos y evocar conceptos afectivos o sociales en el intérprete. Otros stickers refuerzan algún rasgo de personalidad o característica existencial mediante el uso de estereotipos, como el *nerd*² con la computadora o el ángel con la aureola, funcionando en esos casos de manera icónica o simbólica según el contexto.

² Nerd es una expresión informal utilizada para referirse a una persona que está muy interesada en un tema determinado, generalmente en el área científica o tecnológica.

Tabla 2. Clasificación de los *memojis* por tipo de expresión y emoción transmitida

	Expresiones faciales exclusivas	Expresiones faciales con uso de figuras	Expresiones faciales con las manos	Expresiones faciales con la parte superior del cuerpo
POSITIVO	 Guño de ojo	 Radiante (ojos con estrellas)	 Celebración (lengua de serpiente)	 Cruzando los dedos (suerte)
	 Sacando la lengua	 Beso (un corazón)	 Llorando de risa (dos lágrimas)	 Pulgar arriba (gesto positivo)
	 Sonrisa abierta	 Enamorado (dos corazones)	 Llorando de risa (una lágrima)	 Paz y amor con la mano
		 Enamorado (tres corazones)	 Idea (bombilla)	 Puño en señal de apoyo
NEUTRO	 Apoyo (dos manos abiertas)		 Ángel con aureola	
	 Sorprendido	 Distante (en las nubes)	 Dormido (zzz)	 Pensativo (mano en la barbilla)
		 Nerd (computadora)		 Silencio (dedo en la boca)
			 Asombrado (manos en las mejillas)	
NEGATIVO	 Llamame" con la mano	 Gesto de contar algo (mano cerca de la boca)	 Meditando	 Bostezo (boca abierta)
	 Timido			
	 Triste	 Aturdo (pájaros en la cabeza)	 Furioso (aire en las fosas nasales)	 Impactado (manos en el rostro)
	 Enojado	 Llorando (lágrima)	 Cabeza explotando	 Gesto de negación con la mano
	 Sonándose la nariz	 Escondiendo el rostro con las manos	 Confundido (brazos arriba)	
	 Preocupado (ojos hacia arriba)	 Insultando (palabras censuradas)		

Fuente: elaborado por los autores.

En cuanto a los tipos de composición utilizados según el protagonismo (o no) del rostro, observamos que en todas las imágenes el rostro está presente, pero

con diferentes niveles de importancia. De las cuatro categorías, percibimos que predomina el uso de figuras con la parte superior del cuerpo en un plano más abierto (31%), lo que reduce el protagonismo del rostro y dificulta la visibilidad de la figura en su totalidad, así como de la expresión facial y las manos, especialmente si se lleva en cuenta su uso prioritario en pantallas de teléfonos móviles. Existen situaciones en las que la presencia del torso no aporta una diferencia significativa al mensaje principal que se pretende comunicar, como ocurre con el memoji de bostezo, por ejemplo. En general, los brazos y las manos tienen una participación más significativa en la acción o emoción representada que el torso. En pocos casos se presenta alguna rotación del cuerpo para facilitar la comprensión del mensaje, como ocurre con el memoji que realiza el gesto de parar, donde el avatar muestra el lado derecho del cuerpo ligeramente hacia atrás, lo que favorece la percepción del movimiento. También destacamos que este conjunto de stickers que incluye la parte superior del cuerpo es el que menos se asemeja a los emojis conocidos de expresiones faciales.

Siguiendo con la cuantificación, aparecen las expresiones faciales con figuras adicionales (30%), como el memoji “llorando de risa”, en el cual aparecen dos lágrimas azules que remiten al conocido emoji original. En este sentido, la cantidad de elementos transmite la idea de intensidad – hay otro memoji con solo una lágrima, lo que representaría una reacción menos entusiasta en comparación con el emoji con dos lágrimas. Elementos tradicionalmente utilizados en dibujos animados y ampliamente conocidos aparecen de modo recurrente: la bombilla, los pájaros y las nubes alrededor del rostro evocan significados asociados a idea, impacto y distracción, respectivamente. El corazón surge tanto en su forma figurativa tradicional (corazón rojo) como a través del uso de las manos en dos variantes: con ambas manos o con los dedos, una forma conocida como “fingers heart” (“corazón de dedos”) que remite a las celebridades de la cultura pop coreana (Jeon, 2024).

En este sentido, el uso de expresiones faciales combinadas con las manos (20%) también recurre a gestos ampliamente reconocidos para garantizar la comprensión del memoji: gestos de aprobación, negación y el signo de paz y amor son algunos ejemplos. Finalmente, en la clasificación aparecen las expresiones faciales exclusivas (13%), sin elementos adicionales, que parecen estar destinadas a emociones menos complejas y, por lo tanto, más fácilmente identificables.

Sobre el tipo de emoción o mensaje transmitido (positivo, negativo o neutro), en la Tabla 3, se presenta la cuantificación de los memojis según los dos criterios utilizados.

Tabla 3. Cuantificación de los *memojis* según el tipo de expresión y la emoción transmitida

Composición	Expresiones faciales exclusivas	Expresiones faciales con uso de figuras	Expresiones faciales con uso de manos	Expresiones faciales con parte superior del cuerpo	Total
POSITIVO	3	8	5	9	25 (46%)
NEUTRO	1	3	3	5	12 (22%)
NEGATIVO	3	5	3	6	17 (31%)
TOTAL	7 (13%)	16 (30%)	11 (20%)	17 (31%)	54 (100%)

Fuente: elaborado por los autores.

Hay un predominio de expresiones positivas (46% de los stickers). Incluso en los stickers que transmiten algo esencialmente negativo, el uso de recursos tomados de los dibujos animados y los cómics atenúa la emoción (por ejemplo, los insultos son representados por una franja negra con signos de puntuación). Como se analizó anteriormente, los trazos, formas y colores utilizados también contribuyen a esta suavización, ludificación y cierta infantilización del mensaje, a modo de eufemismo visual. Además, cabe destacar que no hay ninguna imagen que haga referencia a situaciones como hambre, sed, calor, frío o necesidades fisiológicas básicas. Del mismo modo, no se representan emociones libidinosas o sexuales ni temas relacionados con adicciones o patologías en general, lo que refuerza la visión edulcorada e higienizada predominante en el universo de los emojis.

El análisis presentado sobre el conjunto de memojis de Apple (diseño del memoji, opciones de personalización, uso en videollamadas y conjunto de stickers) identificó que el potencial de significado de esos elementos está directamente relacionado con un estilo característico de personajes de dibujos animados, con trazos simplificados, ojos grandes, piel sin imperfecciones y contornos faciales redondeados y simétricos. Los signos utilizados enfatizan emociones positivas e incluso suavizan aquellas tradicionalmente asociadas con situaciones o estados emocionales negativos. Como resultado, los memojis transmiten una apariencia lúdica, afectuosa, y familiar.

Destacamos que los memojis representan una evolución del aspecto indicial de los emojis, ya que se modifican según los rasgos faciales de cada usuario y pueden transformarse dinámicamente durante videollamadas, lo que refleja las expresiones de la persona detrás de la “máscara-memoji”. Es decir, estos elementos van más allá de la concepción original de los emojis, que fueron creados para remitir a emociones y afectos a partir de una expresión facial icónica cuya estructura convencional se inscribe en la esfera simbólica. En ese contexto, la capa de significado

adicional de los memojis se construye sobre una promesa de personalización y customización, que coexiste con una representación convencional de la expresión facial y nos conduce, por mediación simbólica, a la experiencia emocional.

5. CONSIDERACIONES FINALES

Como hemos visto, los memojis conforman un universo visual atenuado y eufemístico. Esta opción de diseño gráfico va en línea con la evolución de los emojis, ya que las personas tienden a utilizarlos en contextos positivos y con fines de socialización (Tang & Hew, 2019). Además, las motivaciones para el uso de los emojis giran en torno a la simplicidad, la conveniencia y la expresión emocional. En este sentido, Shiha y Ayvaz (2017) afirman que los emojis ayudan a dar dirección al significado del mensaje textual, mitigan la negatividad y refuerzan aspectos positivos del contenido, de modo a promover sentimientos más favorables.

Por otro lado, las características gráficas de los emojis y los memojis pueden distanciarse de las expresiones faciales humanas reales, lo que podría resultar en mensajes imprecisos y suavizados, alejados de la realidad y de la diversidad emocional que, en ciertos casos, necesitaría ser transmitida – especialmente en tiempos de inestabilidad social y emocional.

Estudios académicos sobre los memojis refuerzan estas limitaciones y destacan la necesidad de representaciones más precisas, que contemplen la diversidad étnica y cultural y minimicen las variaciones estilísticas entre los diferentes softwares (Park & Suk, 2022). En una investigación realizada por los autores para evaluar la interpretación de las emociones expresadas por los memojis, los resultados indicaron que la comunicación emocional a través de estas figuras puede ser ambigua o imprecisa. Al comparar la comprensión de las expresiones en fotografías y en memojis, los mismos investigadores concluyeron que las fotografías representan emociones con mayor precisión que los memojis.

De manera similar, Herring et al. (2020), al investigar las diferencias en el uso de los memojis entre los géneros, señalaron que las opciones de personalización facial de los memojis son exageradas y representan mejor los rostros femeninos (jóvenes) que los masculinos. Además, los formatos faciales redondeados y las opciones disponibles para la customización parecen favorecer peinados y maquillajes tradicionalmente asociados al universo femenino.

Entendemos que futuras investigaciones podrían explorar los rituales y significados de los memojis desde la perspectiva de los usuarios, ya que este artículo abordó el tema desde el punto de vista de la emisión y del potencial signífico del conjunto de memojis. Además, comprender las motivaciones de los usuarios podría profundizar la discusión sobre aspectos críticos relacionados con la visión edulcorada de los memojis.

En ese sentido, Stark y Crawford (2015) cuestionan si los emojis promueven un determinado estilo de vida con valores conservadores y, con eso, naturalizan

comportamientos, éticas y valores deseados por las empresas, lo que podría moldear un modelo de representación único y controlado, incluso en lo que respecta a las expresiones humanas. La creciente digitalización del rostro humano, a través de sistemas de reconocimiento facial y avatares digitales, es una preocupación también para Leone (2024), quien destaca la necesidad de una crítica más profunda sobre el impacto de dichas prácticas en la sociedad.

Del mismo modo, Marcondes (2012) ya discutía hace más de una década los límites de la experiencia de alteridad mediada por computadora y la importancia de un diálogo auténtico que reconozca al otro como un ser distinto. El uso de la “máscara-memoji” puede reducir y ocultar la autenticidad del rostro, en una construcción digital que simula la presencia sin ofrecer la misma densidad subjetiva y relacional. Por tanto, la máscara aporta una ambigüedad facial que oculta o hace menos visible la individualidad (Perez & Sato, 2022).

Estas preocupaciones parecen ser cada vez más relevantes debido a las tendencias futuras en el uso y creación de avatares digitales, que se integrarán con tecnologías emergentes, como la realidad aumentada y la inteligencia artificial y, así, proporcionarán una mayor interactividad, integración con el metaverso, espacios virtuales interactivos y el uso de algoritmos en la personalización de los memojis, con sugerencias automáticas de expresiones y gestos, basadas en el contexto de la conversación y las intencionalidades. Esas perspectivas indican que la comunicación digital será cada vez más visual, expresiva e individualizada, lo que introduce nuevas formas de interacción para los usuarios (Ling, 2017; Kiaer, 2023).

Concluimos este artículo con la confirmación de que los memojis pueden ampliar la expresión individual y una estandarización de la autoimagen, simultáneamente. Con eso, los memojis continúan la construcción imagética de los emojis como una forma exuberante de expresión individual y colectiva, convencionalizada y universalizada. Sin embargo, esta expresión se basa en una visión normativa y predominantemente optimista del mundo, lo que no solo puede ocultar el rostro real a través de las “máscaras-memoji”, sino también limitar la amplitud emocional que podría ser comunicada mediante estos recursos tecnológicos.

REFERENCIAS

- Bai, Q., Dan, Q., Mu, Z. & Yang, M. (2019). A systematic review of emoji: Current research and future perspectives. *Frontiers in psychology*, 10. <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2019.02221/full>
- Canevacci, M. (2018). *Antropologia da comunicação visual*. Perspectiva.
- Costa, C. L. da & Prata, W. (2019). Animoji, memoji e AR emoji: Como os novos emojis podem contribuir na comunicação em chats de redes sociais. *Anais do CIDI2019BH*. <https://pdf.blucher.com.br/designproceedings/9cidi/1.0089.pdf>

- Delfa, C. V. (2020). Una aproximación semiótica al estudio de los emojis. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 84. <https://doi.org/10.5209/clac.68924>
- Deseret News (2025). 24 datos interesantes que no sabías sobre los emojis y emoticones. *Vanguardia MX*. <https://vanguardia.com.mx/tech/24-datos-interesantes-que-no-sabias-sobre-los-emojis-y-emoticones-BRVG3323310>
- Herring, S. C., Dainas, A. R., Long, H. L. & Tang, Y. (2020). Animoji adoption and use: Gender associations with an emergent technology. *ICWSM Workshops*. https://workshop-proceedings.icwsml.org/pdf/2020_03.pdf
- Jenkins, H., Ford, S. & Green, J. (2015). *Cultura da conexão: Criando valor e significado por meio da mídia propagável*. Aleph.
- Jeon, H. R. S. (2024). Aegyo: From Cuteness to Cultural Identity Marker. *Cultural expression at the age of globalization: 10th Annual Symposium of the Consortium for Asian and African Studies*, 176-193, Shanghai, China. https://www.tufts.ac.jp/documents/collaboration/CAAS/CAAS10th_International_Symposium.pdf
- Kiaer, J. (2023). *Emoji speak: Communication and behaviours on social media*. Bloomsbury.
- Leone, M. (2024). O futuro no rosto: da fisionomia à inteligência artificial. *MATRIZES*, 18(3), 55-83. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v18i3p55-84>
- Lévy, P. (2010). *Cibercultura*. Editora 34.
- Ling, S. (2017). *The golden era of emoji: An exploration of emoji and emoji system design*. [Dissertação de mestrado, Politecnico di Milano, Scuola del Design, Itália].
- Marcondes Filho, C. (2012). Comunicabilidade na rede: Chances de uma alteridade medial. *Significação: Revista de Cultura Audiovisual*, 39(37), 188-205. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-7114.sig.2012.71343>
- Moncada, C. F., Martínez, M. F. M. & Barrera, R. B. (2024). #Instagramface: Quando o rosto do avatar cai na hiper-representação. *Revista Visuais*, 10(1), 150-170. <https://doi.org/10.20396/visuais.v10i1.19142>
- Morozov, E. (2018). *Big tech*. Ubu Editora.
- Park, M. & Suk, H. J. (2022). The characteristics of facial emotions expressed in Memojis. *Computers in Human Behavior Reports*, 8. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100241>
- Perez, C. (2004). *Signos da marca*. São Paulo: Cengage Learning.
- Perez, C., & Sato, S. (2022). Brasil, mostra a sua cara na pandemia: máscaras, telas-espelhos e consequências. In *Rostrosferas de América Latina: culturas, traducciones y mestizajes*.
- Pompeu, B. & Sato, S. K. (2015). Iconoliteracia publicitária: A linguagem complexa dos emojis na propaganda brasileira. *Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, INTERCOM, XXXVIII*, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil.

- Pompeu, B. & Sato, S. K. (2016). Emojis na publicidade e seus significados para marcas e consumidores: Tipologias e questionamentos. In *Anais do VII Pró-Pesq PP - Encontro de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda*. <https://drive.google.com/file/d/1p98IjVl2IO9gKSCo3sKZ8a91p06VFpk/view>
- Pompeu, B. & Sato, S. K. (2018). Semiótica dos emojis na publicidade: Uma construção simbólica coletiva. In *Anais do IX Pró-Pesq PP - Encontro de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda*. https://www.abp2.org/_files/ugd/bb9c7e_71a46a87d68946798c0b70754196a406.pdf
- Sato, S. K. (2024). Emojis: Entre a liberdade expressiva e o controle das plataformas. *Signos do Consumo*, 16(1), e223263. <https://doi.org/10.5585/signos.v16n1.223263>
- Semprini, A. (2006). *A marca pós-moderna: Poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea*. Estação das Letras e Cores.
- Shiha, M. & Ayvaz, S. (2017). The effects of emoji in sentiment analysis. *International Journal of Computer Electronic Engineering*, 9(1), 360-369.
- Stark, L. & Crawford, K. (2015). The conservatism of emoji: Work, affect, and communication. *Social Media + Society*, 1(2). <https://doi.org/10.1177/2056305115604853>
- Tang, Y. & Hew, K. F. (2019). Emoticon, emoji, and sticker use in computer-mediated communication: A review of theories and research findings. *International Journal of Communication*, 13. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10966>
- Turkle, S. (1997). *A vida no ecrã: A identidade na era da Internet*. Relógio d'Água.
- Zuboff, S. (2021). *A era do capitalismo de vigilância*. Editora Intrínseca.

* Contribución de autoría: la concepción del trabajo científico y el manuscrito estuvieron a cargo de Silvio Koiti Sato y Clotilde Perez. El diseño de la investigación, la recolección y interpretación de datos estuvieron a cargo de Silvio Koiti Sato. Los dos autores revisaron y aprobaron el contenido final del manuscrito.

* 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 LOS AUTORES

Silvio Koiti Sato. Doctor en Ciencias de la Comunicación, Universidade de São Paulo (Brasil), con doctorado-sándwich en la Universidade Católica Portuguesa (Portugal). Magíster en Ciencias de la Comunicación, Universidade de São Paulo. Especialista en Administración de Empresas, Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getulio Vargas (Brasil), con intercambio en el MBA de la École des hautes études commerciales de Paris (Francia). Profesor, Departamento de Relaciones Públicas, Publicidad y Turismo, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. Investigador del Grupo de Estudios Semióticos en Comunicación, Cultura y Consumo (GESC3). Ha publicado artículos en revistas académicas, actas de congresos y capítulos de libros, y se desempeña como evaluador en revistas y congresos nacionales e internacionales. Autor de los libros: *A marca ecológica: comunicação promocional e gestão* (2024, Ed. ECA USP), en coautoría con Clotilde Perez, y *Signos da mobilidade: marcas e consumo na cultura digital* (2017, Appris). Su trayectoria profesional incluye experiencia ejecutiva en Branding, Publicidad y Marketing, en agencias y anunciantes. Socio fundador de Casa Semio, consultora especializada en investigación de mercado desde la perspectiva semiótica.

Clotilde Perez. Posdoctorado en la Universidad de Murcia (España), con beca de la Fundación Carolina, en Stanford University (Estados Unidos) y en la Universidade Católica Portuguesa (Portugal). Doctora en Comunicación y Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (Brasil). Magíster en Administración de Marketing, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (Brasil). Docente en Ciencias de la Comunicación, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo (Brasil). Profesora titular, Publicidad y Semiótica, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. Ha sido profesora visitante en universidades de Portugal, España, Estados Unidos, Chile y Perú. Presidenta de la Asociación Brasileña de Investigadores en Publicidad y Propaganda (ABP2) y de la Federación Latinoamericana de Semiótica (FELS). Líder del Grupo de Estudios Semióticos en Comunicación, Cultura y Consumo (GESC3). Miembro del Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership (España). Editora de las revistas *Signos do Consumo* y *Cruzeiro Semiótico*, y miembro del comité editorial de las revistas *Matrizes* y *DeSignis*. Directora de la colección Comunicación, Arte y Consumo de la editorial SB (Argentina, México y España). Es autora de artículos, capítulos y libros en Brasil y en el exterior. Entre sus libros se destacan: *¿Existen límites al consumo?* (2024, SB Editorial), *A fixação da crença: Charles S. Peirce* (2023, Paulus), *Mascotes, semiótica da vida imaginária* (2011, Cengage) y *Há limites para o consumo?* (2020, Estação das Letras e Cores), *Signos da marca* (2004, Thomson Learning). Es coautora de: –con Bruno Pompeu e Eneus Trindade– *O presente e o presentear: da cultura material ao metaverso* (2024, Estação das Letras e Cores), –con Pedro Hellin, Fernando Contreras y Cesar San Nicolás– *Cultura global publicitária* (2023, Ed. Comunicação Social), –con Maria Ogécia Drigo y Bruno Martins– *Publicidade e periodização da vida: (re)significação da velhice* (2019, Appris), –con Modesto Farina y Dorinho Bastos– *Psicodinâmica das cores em comunicação* (2006, Ed. Edgard Blücher) y –con Sérgio Bairon– *Comunicação e marketing* (2003, Ed. Futura/Siciliano). Fundadora de Casa Semio, actúa como investigadora y consultora en Comunicación, Semiótica, Consumo, Publicidad, Marca y Tendencias Sociales.

Resistencia visual

La construcción de narrativas de protesta en los conflictos socioambientales de Chile¹

Visual Resistance

The construction of protest narratives in Chile's socio-environmental conflicts

Resistência visual

A conflitos construção de narrativas de protesto nos conflitos socioambientais no Chile

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4098>

► DARLA INAI SEGOVIA

dinaisegovia@gmail.com - Temuco - Universidad de la Frontera, Chile.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2947-5013>

► JAIME OTAZO HERMOSILLA

jaime.otazo@ufroterra.cl - Temuco - Universidad de La Frontera, Chile.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0296-0772>

CÓMO CITAR: Inai Segovia, D. & Otazo Hermosilla, J. (2025). Resistencia visual. La construcción de narrativas de protesta en los conflictos socioambientales de Chile. *InMediaciones de la Comunicación*, 20(2). <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4098>

Fecha de recepción: 20 de abril de 2025

Fecha de aceptación: 10 de septiembre de 2025

RESUMEN

El artículo aborda críticamente el uso de imágenes mediáticas y estrategias visuales en la construcción de narrativas de protesta durante conflictos socioambientales en Chile. Se analizan los retratos de tres activistas –Alejandro Castro, Macarena Valdés y Camilo Catrillanca– cuyas imágenes fueron transformadas en símbolos de denuncia y resistencia. A través de un enfoque metodológico que combina análisis inductivo y semiótica social, se identifican los recursos visuales que reconfiguran el significado de estos rostros en manifestaciones, arte callejero y medios digitales. El marco teórico, basado en la teoría del encuadre, permite comprender cómo medios, familiares y actores sociales utilizan estas imágenes para disputar el discurso hegemónico y visibilizar injusticias. Los retratos de los activistas se constituyen como íconos que fortalecen la lucha por la justicia socioambiental, cuestionan la legitimidad del relato oficial y revelan los conflictos entre el poder estatal y los movimientos sociales.

¹ Este artículo fue financiado por la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo (ANID), Becas de Doctorado Nacional (21202109), Chile. Jaime Otazo Hermosilla reconoce el apoyo del proyecto: ANID + Vinculación Internacional + FOVI240285.

PALABRAS CLAVE: *imágenes mediáticas, resistencia, activismo, semiótica social, conflictos socioambientales.*

ABSTRACT

The article critically addresses the use of media images and visual strategies in the construction of protest narratives during socio-environmental conflicts in Chile. It analyzes the portraits of three activists –Alejandro Castro, Macarena Valdés, and Camilo Catrillanca– whose images were transformed into symbols of denunciation and resistance. Using a methodological approach based on inductive analysis and social semiotics, the research identifies visual resources that reshape the meaning of these faces in protests, street art, and digital media. The theoretical framework, grounded in framing theory, helps to understand how media, families, and social actors reinterpret these images to challenge dominant narratives and expose injustice. The activists' portraits serve as icons that strengthen the struggle for socio-environmental justice, undermine the credibility of official accounts, and highlight tensions between state power and social movements.

KEYWORDS: *media images, resistance, activism, social semiotics, socio-environmental conflicts.*

RESUMO

Este estudo aborda criticamente o uso de imagens midiáticas e estratégias visuais na construção de narrativas de protesto durante conflitos socioambientais no Chile. São examinados os retratos de três ativistas –Alejandro Castro, Macarena Valdés e Camilo Catrillanca– cujas imagens foram transformadas em símbolos de resistência e denúncia. A partir de uma abordagem metodológica baseada na análise indutiva e na semiótica social, identificam-se os recursos visuais que ressignificam esses rostos em protestos, arte de rua e mídias digitais. O referencial teórico, ancorado na teoria do enquadramento, mostra como mídias, familiares e atores sociais utilizam essas imagens para contestar o discurso hegemônico e tornar visíveis as injustiças. Os retratos dos ativistas tornaram-se ícones que fortalecem a luta por justiça socioambiental, desafiam a legitimidade das versões oficiais e evidenciam tensões entre o poder estatal e os movimentos sociais.

PALAVRAS-CHAVE: *imagens mediáticas, resistência, ativismo, semiótica social, conflitos socioambientais.*

1. INTRODUCCIÓN

Las imágenes no solo registran los conflictos socioambientales y de derechos humanos en Chile: también los narran. Este estudio examina cómo medios de comunicación, familias y actores políticos disputan sentidos a través de recursos visuales, tomando como referencia los casos de Alejandro Castro, Macarena Valdés y Camilo Catrillanca. Sus retratos y representaciones se transformaron en símbolos de denuncia y resistencia, revelando la potencia política del rostro en la construcción de narrativas públicas.

El objetivo de esta investigación es analizar cómo las imágenes de los activistas, difundidas por medios de comunicación en redes sociales, se transforman en símbolos visuales de protesta en el contexto de los conflictos socioambientales en Chile. Desde un enfoque metodológico inductivo y semiótico, se examina cómo estas representaciones disputan el discurso oficial, movilizan la memoria colectiva y activan narrativas de resistencia ligadas a identidades territoriales y étnicas. El estudio indaga en los recursos visuales, estructuras simbólicas y procesos de mediatización que configuran un campo de tensión entre el poder estatal y el movimiento social, evidenciando el papel de la comunicación visual como herramienta ética y política en la lucha por justicia socioambiental.

Los rostros de los activistas muertos durante conflictos socioambientales en Chile se erigen como íconos de resistencia territorial en el discurso mediático del ecosistema digital chileno. Este estudio analiza las imágenes empleadas por los medios para informar sobre la muerte de tres activistas en el marco de estos conflictos: Macarena Valdés, Alejandro Castro y Camilo Catrillanca. Cada uno de ellos representa una lucha emblemática en su respectiva comunidad: Macarena Valdés, fallecida en 2016 en Tranguil, región de Los Ríos, mientras su comunidad resistía la instalación de una minicentral hidroeléctrica; Alejandro Castro, secretario del sindicato de pescadores artesanales S24 de Quintero y Puchuncaví, región de Valparaíso, quien fue hallado muerto mientras luchaba contra la contaminación provocada por las centrales termoeléctricas y; Camilo Catrillanca, joven mapuche asesinado en 2019, cuya comunidad ha resistido históricamente la expansión de la industria forestal en Temucuicui, región de La Araucanía.

Las imágenes de estos activistas, inicialmente difundidas al público mediante fotografías digitales, se han mantenido vigentes al ser transformadas en diversas materialidades y diseños que incorporan elementos simbólicos de resistencia. Estos rostros han sido resignificados en manifestaciones, pancartas, poleras, murales, proyecciones lumínicas, estenciles, graffitis, y otros soportes que los convierten en símbolos de lucha, representando al mismo tiempo la injusticia y la victimización que rodea a estos conflictos. El estudio destaca el impacto de las imágenes mediáticas del rostro en la construcción de

discursos de protesta, mostrando cómo los retratos de activistas se convierten en símbolos de resistencia que captan la atención pública y promueven la justicia socioambiental.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. El rostro del otro: ética, deshumanización y violencia en la modernidad

El análisis filosófico de Emmanuel Levinas (2000) sobre el rostro y la alteridad proporciona un marco ético esencial para comprender las dinámicas de deshumanización y violencia hacia “el otro”. Para Levinas, el rostro del otro no es simplemente una imagen estática; es una epifanía, una aparición que trasciende la mera representación visual y se convierte en una significancia que se presenta sin mediación. El rostro, como epifanía, trasciende lo físico y representa una significación intrínseca e independiente del contexto cultural o social, comunicando una orden ética directa: el mandamiento de “no matarás”. Es decir, no depende del contexto cultural o social en el que se manifieste, sino que significa por sí misma. Es, por tanto, una apertura que desafía cualquier intento de encasillar al otro en categorías predefinidas. Como afirma el propio Levinas (2000):

La epifanía del otro comporta una significancia propia independiente de esta significación recibida del mundo. El Otro no nos viene solamente a partir de un contexto sino, sin mediación, él significa por sí mismo. Su significación cultural, que se revela y que, de alguna manera, revela horizontalmente, que se revela a partir del mundo histórico al que pertenece y que revela, según la expresión fenomenológica, los horizontes de este mundo. Su presencia consiste en venir hacia nosotros, en abrir una entrada. Lo que puede ser formulado en estos términos: ese fenómeno que es la aparición del otro, es también rostro, o aun así (para indicar esta entrada en todo momento, en la inmanencia y en la historicidad del fenómeno): la epifanía del rostro es visitación. (p. 59)

Sin embargo, las estructuras de poder en contextos como las sociedades colonizadas de América Latina han negado sistemáticamente esta significancia, al subordinar al otro a lógicas de explotación y control, desde el colonialismo hasta el neoextractivismo actual. La violencia ejercida contra los activistas medioambientales asesinados no solo elimina físicamente a estas personas, sino que borra su alteridad y su capacidad de manifestarse como portadores de una causa ética que desafía el modelo dominante.

Esta supresión del “otro” se complementa con procesos de deshumanización que trascienden la dimensión física, centrados en la invisibilización y la distancia emocional. Según Hannah Arendt (2004), esta dinámica implica una destrucción jurídica y moral de la individualidad, donde el “otro” es excluido

del marco legal y reducido a una categoría abstracta. La tecnología moderna, como señala Bauman (2006) en *Modernidad y Holocausto*, amplifica esta distancia, eliminando la interacción directa y desensibilizando al agresor frente al rostro humano, símbolo de la conexión y la empatía. La demonización del otro, mediante estereotipos y prejuicios, refuerza esta desconexión, eliminando la posibilidad de reconocimiento mutuo y justificando la violencia.

En este contexto, el rostro se erige como el último bastión de la alteridad y la humanidad. Su supresión simbólica no solo perpetúa la violencia, sino que socava nuestra responsabilidad ética hacia el otro, permitiendo que las dinámicas de dominación continúen operando sin resistencia emocional ni moral.

2.2. La rostrosfera: el rostro como enjambre semiótico

La noción de rostrosfera, utilizada por Cristina Voto, José Enrique Finol y Massimo Leone (2021), enriquece la reflexión filosófica de Emmanuel Levinas al trasladar el análisis ético del rostro al contexto digital latinoamericano. En este entorno, los rostros actúan como “enjambres semióticos” en constante transformación, aunque conservan estructuras reconocibles que narran historias personales, genéticas y culturales. Según los autores, “nuestras caras se vuelven rostros, relatos corporales de vidas” (Voto, Finol & Leone, 2021, p. 8).

Este concepto cobra especial relevancia en la semiosfera digital, donde los rostros son reinterpretados, manipulados y resignificados como símbolos de poder, resistencia, inclusión o exclusión. En las plataformas digitales, los rostros no solo son representaciones biológicas, sino matrices de signos que circulan en redes globales, estableciendo jerarquías visuales y narrativas simbólicas. En este espacio, las imágenes de rostros de activistas medioambientales, por ejemplo, se convierten en herramientas de lucha simbólica que desafían las estructuras de poder que intentan suprimir estas identidades y sus significados. Al respecto, Voto, Finol y Leone destacan que “las semiosferas organizan biopolíticamente los cuerpos, definen el teatro del poder, determinan inclusiones y exclusiones” (Voto, Finol & Leone, 2021, p. 8)

El concepto de rostrosfera y el análisis de las dimensiones del rostro permiten entender cómo las identidades faciales se configuran en el contexto digital como espacios de lucha simbólica. En particular, los rostros de activistas en noticias difundidas a través de redes sociales ejemplifican cómo las dinámicas de control biopolítico pueden ser confrontadas mediante la resignificación del rostro como una herramienta de resistencia, visibilidad y conexión global. La semiosis del rostro en la era digital, por tanto, no sólo redefine las maneras en que percibimos al otro, sino también los modos en que los significados faciales se convierten en espacios de poder y transformación social.

La digitalización permite manipular y distribuir rostros de forma inédita, generando nuevas maneras de presencia y significación. En el ámbito del activismo, los rostros digitalizados adquieren una dimensión simbólica como

herramientas de resistencia, facilitando la visibilidad global de luchas locales. La difusión de imágenes de activistas en redes sociales, por ejemplo, convierte estos rostros en vitrinas de historias individuales y colectivas, proyectando características específicas de las culturas y sociedades a las que pertenecen.

Para comprender la significación del rostro en su dimensión digital, es fundamental considerar sus diferentes niveles de construcción, tal como los define Belén Altuna (2010). La autora distingue tres cualidades faciales: las estructurales, las dinámicas y las artificiales.

- *Cualidades estructurales:* Corresponden a las características heredadas y fijas del rostro, como la estructura craneal, la forma de los ojos o la boca, que solo pueden ser modificadas mediante intervenciones quirúrgicas.
- *Cualidades dinámicas:* Representan los aspectos maleables del rostro, como la piel, los músculos y las expresiones faciales, que reflejan estados anímicos y se fijan en arrugas y gestos habituales.
- *Cualidades artificiales:* Incluyen elementos superficiales como maquillaje, peinados o accesorios, que son las características más fácilmente alterables.

La articulación de estas dimensiones es clave en la construcción del rostro digital, donde lo dinámico y lo artificial cobran un protagonismo sin precedentes, amplificando su plasticidad y resignificación. En contextos digitales, estos niveles de representación pueden ser utilizados para reforzar estereotipos, pero también para subvertirlos y crear nuevas narrativas de identidad y resistencia.

2.3. La densidad semiótica y la rostrosfera en la era digital

Según Thomas Turino (2008), Robert Corrington (2004) y John Severn (2018), a partir del concepto de densidad semiótica se puede analizar la evolución del rostro como una representación compleja y significativa. Desde el dibujo hasta la fotografía, y finalmente al diseño digital, los rostros han experimentado una progresiva densificación semiótica. Mientras que las representaciones analógicas, como el dibujo, poseen una capacidad limitada para capturar lo real, las caras digitalizadas se caracterizan por una mayor densidad semiótica. Esto las dota de una riqueza expresiva que incluye movimiento, interacción y una capacidad superior para significar (Voto, Finol & Leone, 2021).

La digitalización del rostro representa un cambio cualitativo que Finol (2021) denomina transmediatización, un proceso en el que la imagen facial no solo puede ser observada, sino que puede manipularse y distribuirse de maneras inéditas, adquiriendo nuevos niveles de significación. Finol sostiene que la transición del rostro desde los medios analógicos hacia lo digital implica un aumento en su densidad semiótica, ya que el modelado, esculpido, texturizado y mapeo permiten resignificarlo como una herramienta poderosa

en contextos de lucha y resistencia. En este sentido, las plataformas digitales amplifican el potencial simbólico del rostro que trasciende sus límites físicos para convertirse en un emblema de identidad y oposición frente a estructuras de poder opresivas. Este proceso supone un movimiento “de lo infinito analógico a lo finito digital y de lo continuo analógico a lo discreto digital” (p. 20), lo que refuerza la complejidad y la capacidad expresiva del rostro digitalizado en el ecosistema mediático contemporáneo.

Dentro del marco teórico de la semiosfera propuesto por Yuri Lotman (1996), Finol (2015) introduce el concepto de corposfera para analizar cómo el cuerpo, y particularmente el rostro, actúa como un espacio dinámico de significación. Inspirado en la fenomenología de Merleau-Ponty (1975), quien considera el cuerpo como un conjunto de significaciones vividas, Finol describe al rostro como una orografía facial. Este concepto, retomado por José Saragago (2007), subraya la riqueza expresiva de los rasgos faciales, como las cejas, pestañas, ojos, nariz y boca, los cuales no solo tienen una dimensión individual, sino también una función social al mediar la interacción y la comunicación.

El rostro no se limita a su dimensión física. Dentro de la rostrosfera, como extensión de la corposfera, el rostro se entiende como una construcción social y cultural, un espacio de significación donde se articulan narrativas de poder, resistencia e identidad. La rostridad, según Finol (2015), abarca tanto la descripción física del rostro como los significados culturales y simbólicos que emergen de su interacción con el entorno. Elementos como los ojos, labios y piel constituyen un repertorio semiótico que varía según los contextos micro (la cabeza), macro (el cuerpo) e hiper (la situación de comunicación), proporcionando un alfabeto complejo y siempre abierto a nuevas interpretaciones.

2.4. El rostro digital como herramienta de resistencia y justicia social

El paso del rostro analógico al rostro digital no solo amplifica su densidad semiótica, sino que lo convierte en un campo de lucha simbólica. Las imágenes de rostros digitalizados, como las de activistas asesinados, ilustran cómo estas representaciones pueden resignificar en plataformas digitales, transformándose en íconos de resistencia. Este fenómeno es particularmente relevante en América Latina, donde los rostros de activistas no solo narran historias de violencia, sino que se reconfiguran como símbolos de justicia social y memoria colectiva.

El rostro digital, al integrarse en la semiosfera, trasciende las barreras físicas y se convierte en un signo con capacidad de movilización global. La difusión de estas imágenes en redes sociales permite que las luchas locales adquieran visibilidad internacional, desafiando narrativas hegemónicas y estructuras de poder que buscan silenciarlas.

La noción de rostrosfera articula cómo el rostro, en su transición de lo analógico a lo digital, se convierte en un espacio de significación dinámico y

complejo. A través de la densidad semiótica, la mirada y las expresiones faciales, el rostro actúa como un poderoso signo que trasciende la comunicación verbal para configurar narrativas de identidad, resistencia y justicia social. En el entorno digital, estas dinámicas adquieren una nueva dimensión, redefiniendo la semiótica del rostro como una herramienta para desafiar estructuras de poder y resignificar las luchas sociales en un contexto globalizado.

En Marcos de Guerra, Judith Butler (2010) desarrolla una crítica incisiva a los marcos perceptivos y discursivos que condicionan el reconocimiento de ciertas vidas como valiosas o dignas de duelo, mientras otras permanecen ontológicamente invisibilizadas. La vida, al ser capturada por estos marcos, se vuelve perceptible sólo en la medida en que encaja en narrativas dominantes de reconocimiento —entendido en su dimensión política (Honneth, 1997)—. Sin embargo, estos marcos son intrínsecamente inestables y recontextualizables, lo que abre posibilidades para su reapropiación política. En este sentido, las imágenes de activistas ambientales muertos por la causa pueden operar como dispositivos críticos si logran subvertir los encuadres dominantes y visibilizar lo que usualmente queda fuera del campo de reconocimiento social. No obstante, advierte Butler, los contraencuadres impulsados por movimientos sociales, aunque necesarios, no son suficientes si no se acompañan de una transformación más profunda en las condiciones materiales y simbólicas del reconocimiento.

Butler (2004, 2010, 2017) propone en varias de sus obras dedicadas al concepto de precariedad una ontología corporal centrada en la vulnerabilidad, la interdependencia y la exposición como condiciones fundamentales de lo humano. La precariedad no solo remite a una condición biopolítica impuesta por los regímenes de poder, sino también a una dimensión ontológica compartida que hace posible la empatía, el duelo y la solidaridad. Reconocer esa precariedad es el primer paso para resistir la violencia estructural que despoja a ciertas vidas de su valor y legitimidad. En un contexto de luchas ambientales, este enfoque permite interpretar las imágenes de activistas asesinados no sólo como denuncias, sino como actos performativos de reapropiación de la visibilidad y de ampliación del campo de lo llorable, lo defendible y lo políticamente viable.

En las últimas décadas, el estudio del rostro ha adquirido un lugar central en la investigación semiótica de la comunicación visual. La producción académica reciente ha abordado el rostro no solo como superficie de reconocimiento identitario, sino como un campo de disputa simbólica y política (Leone & Viola, 2022; Delupi, 2023; Voto, 2023). Investigadores como Baal Delupi (2023) han explorado la potencia política de la ocultación facial mediante máscaras en acciones artísticas y protestas sociales, destacando su rol en la producción de afectos, anonimato estratégico y resignificación de la visibilidad en el espacio público (Delupi, 2023a, 2023b, 2024). Voto ha analizado cómo los rostros actúan como vectores de otredad, construyendo o desestabilizando imaginarios

sociales en los medios, tanto desde la biopolítica facial como desde la estética digital (2022, 2023a). En este marco, obras como *Rostrosferas de América Latina* (Barbotto, Voto & Leone, 2022) integran una mirada situada sobre los rostros en clave de mestizaje, memoria, violencia y exclusión, aportando un enfoque latinoamericano crítico y plural al estudio de la imagen facial. Asimismo, Federico Bellentani ha contribuido con investigaciones sobre los significados del rostro en monumentos, memoriales y plataformas digitales, evidenciando sus funciones conmemorativas, afectivas y sociopolíticas (Bellentani, 2023, 2024). Finalmente, las propuestas de Leone (2018, 2023, 2024) consolidan un enfoque integral de la semiótica facial, articulando dimensiones cognitivas, éticas, filosóficas y tecnológicas del rostro como texto, ícono y dispositivo de poder. Esta convergencia interdisciplinaria ha ampliado las posibilidades analíticas para comprender la representación visual del rostro en medios de comunicación, especialmente en contextos marcados por la violencia, la protesta y las luchas por el reconocimiento.

3. MÉTODO. ANÁLISIS SEMIÓTICO DE IMÁGENES

3.1. Enfoque general

Esta investigación adopta un enfoque cualitativo de tipo exploratorio, sustentado en el análisis semiótico-visual de imágenes publicadas en redes sociales por medios de comunicación digitales en Chile. El objetivo metodológico es identificar y describir los recursos visuales, composiciones y modos representacionales empleados en la construcción de discursos de protesta en el marco de conflictos socioambientales vinculados a las muertes de tres activistas: Macarena Valdés, Alejandro Castro y Camilo Catrillanca.

Desde una lógica inductiva, se organizaron los datos según patrones emergentes y significados construidos en el contexto de la circulación digital, considerando la resistencia sociopolítica reflejada en las noticias y publicaciones como parte de un proceso de encuadre simbólico (Johnston & Noakes, 2005; Aruguete & Koziner, 2020). El análisis se fundamenta teóricamente en la construcción social de la realidad (Berger & Luckmann, 1998) y en la semiótica social (Verón, 1993; 2015), lo que permite abordar la imagen como un acto discursivo situado en la arena digital de los conflictos socioambientales.

3.2. Corpus y procedimiento

El corpus general se compone de 16.166 publicaciones en Instagram, Facebook y Twitter relacionadas con los casos mencionados, recopiladas y sistematizadas previamente por Inai Segovia y Vernier (2024). Dado el volumen del material, se aplicó un muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionando 3.015 imágenes en función de su recurrencia, densidad de códigos y relevancia discursiva. El análisis se desarrolló con el software Atlas.ti, en el

que las imágenes fueron codificadas en sus elementos visuales (rostros, gestos, colores, encuadres, fondos, objetos, textos, etc.) para identificar signos, diseños y modos de representación que configuran la narrativa visual de las protestas.

Especial atención fue dedicada a la presencia de rostros —de activistas, vocerías y figuras simbólicas— en tanto recurso icónico central en la articulación simbólica de demandas, memorias y resistencias. En consonancia con Manuel Castells (2012), las imágenes fueron consideradas dispositivos de autocomunicación de masas que amplifican y reconfiguran las luchas territoriales en entornos digitales, alimentadas por significantes culturales e identitarios (Hermida & Hernández-Santaolalla, 2016).

3.3. Categorías analíticas

El análisis se organizó en tres dimensiones analíticas principales:

- Representación del rostro y sus atributos visuales, examinando su rol icónico, expresividad, vestimenta, gestualidad, encuadres y contextos de aparición.
- Función simbólica de la imagen en la configuración de sentido colectivo, especialmente en torno a la justicia, el duelo, la memoria y la resistencia.
- Disputa discursiva entre relatos oficiales y narrativas contrahegemónicas, considerando las tensiones semióticas entre versiones institucionales y producciones visuales de carácter_activista.

Estas dimensiones se operacionalizaron en tres categorías temáticas:

- *Fuentes*: Incluye retratos de activistas y voceros/as, abordados desde una lectura visual de sus configuraciones identitarias. Se consideraron aspectos como fondo, luz, foco, relación figura/fondo y atributos que generan efectos de autoridad, fragilidad o empatía.
- *Proceso*: Reúne imágenes relacionadas con la cobertura noticiosa de investigaciones judiciales, intervenciones policiales o declaraciones institucionales. Se empleó la tipología de Lorenzo Gomis (1991) —resultados, apariciones, explosiones y desplazamientos— junto con el análisis del verbo rector en los titulares para interpretar la dimensión intencional del mensaje.
- *Protesta*: Agrupa imágenes de murales, ilustraciones, fotografías callejeras, arte digital y panfletos. Estas imágenes fueron analizadas tanto en sus componentes visuales como en sus condiciones de producción y circulación, considerando su potencial performativo y su inscripción territorial en el espacio urbano o virtual.

3.4. Consideraciones analíticas

Durante el análisis exploratorio se identificaron imágenes que documentan manifestaciones, memoriales, actividades culturales y expresiones artísticas promovidas por colectivos sociales. Esta aproximación metodológica permite no solo describir las representaciones visuales, sino también comprender su capacidad de activar memorias, sensibilidades y posicionamientos políticos en torno a la justicia socioambiental, contribuyendo a la construcción simbólica de la otredad y del conflicto desde lo visual.

4. RESULTADOS

El estudio pone en evidencia el papel fundamental de las imágenes mediáticas en la construcción de discursos de protesta, especialmente a través de los retratos de estos activistas. Estas representaciones visuales se convierten en símbolos de resistencia que condensan los conflictos socioambientales y atraen la atención tanto de los medios como de la ciudadanía. En el caso de los rostros de los activistas, su representación visual responde a distintas cualidades que refuerzan tanto su identidad como el proceso de invisibilización que históricamente han enfrentado.

Más que un simple registro de sus historias, la manera en que estos activistas son representados visualmente marca un cambio en el uso de las imágenes digitales como herramienta para la movilización. Lejos de limitarse a evocar tragedias individuales, estas imágenes han impulsado la acción ciudadana y la denuncia social, subrayando el poder del arte visual como motor de transformación en la lucha por la justicia socioambiental en Chile.

En el caso de Alejandro Castro, las imágenes lo presentan como un líder sindical vinculado al mar, y sus retratos, comparados con los de figuras icónicas como Ernesto Che Guevara, se utilizan en manifestaciones artísticas para amplificar su causa. Las narrativas sobre su muerte generan una disputa entre la versión oficial y las voces críticas que exigen claridad en la investigación.

La cobertura mediática de Macarena Valdés se centra en su imagen asociada a la naturaleza y su identidad mapuche, que resalta un conflicto simbólico entre el movimiento de justicia y las instituciones estatales. Las representaciones visuales refuerzan la denuncia de violencia policial y la falta de transparencia en la investigación de su caso, mientras actores políticos críticos cuestionan la credibilidad de las autoridades.

El rostro de Camilo Catrillanca, difundido masivamente tras su asesinato el año 2018², se transformó en un símbolo mediático que evocaba memoria y denuncia social. Las declaraciones de su padre, Marcelo Catrillanca, y la participación de figuras políticas en el debate público reflejaron una lucha por la

² Véase Sepúlveda (2018).

narrativa dominante, donde las contradicciones en las versiones oficiales generaron desconfianza y fortalecieron el movimiento social que exigía justicia. La movilización incluyó acciones creativas y masivas, utilizando hashtags y proyecciones visuales para unificar las voces de protesta.

Desde las cualidades estructurales, sus rostros evidencian rasgos latinoamericanos e indígenas, con ojos grandes o rasgados, pómulos marcados, piel marrón y cabello oscuro. Estas características han sido tradicionalmente marginadas en los imaginarios mediáticos y, sin embargo, en el contexto de los conflictos socioambientales, emergen como símbolos de resistencia.

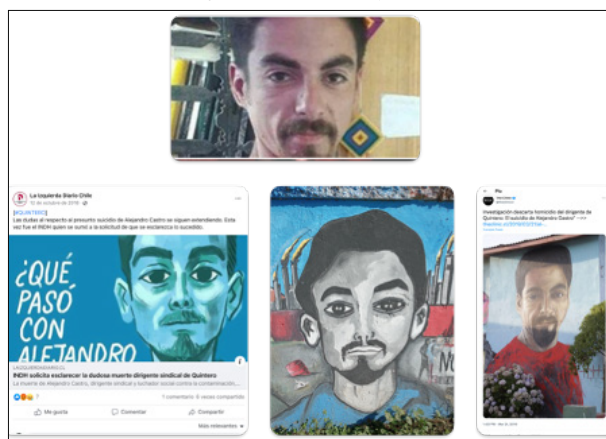
Las cualidades dinámicas, en cambio, reflejan su condición de jóvenes de clase media baja, cuyos gestos y expresiones faciales revelan tanto la fuerza de sus convicciones como la carga emocional de sus luchas. Las marcas en la piel, las arrugas prematuras y los gestos habituales evidencian las experiencias de activismo en contextos de precariedad y confrontación con el poder.

Finalmente, las cualidades artificiales incorporan elementos que conectan sus rostros con la naturaleza, la cultura mapuche y sus oficios. En sus imágenes, se observa a Alejandro Castro vinculado al mar, Macarena Valdés junto a un borrego y Camilo Catrillanca portando el cintillo de weichafe (guerrero mapuche). Estos atributos no solo refuerzan su identidad individual y colectiva, sino que también inscriben sus rostros en una narrativa visual que los asocia con sus territorios, luchas y cosmovisión.

4.1. Alejandro Castro, pescador y dirigente sindical

Caracterización general. Las publicaciones de Alejandro Castro se enfocan en su rol de líder sindicalista y pescador; las imágenes utilizadas relacionan el mar y su oficio de pescador, en la mayoría hay uno o más botes, paisajes donde se observan mar o bordes costeros (Imagen 1). La mayoría de las noticias son respecto al proceso investigativo de la causa de muerte y existe predominancia de imágenes relativas a su funeral. En el ámbito de protesta hay convocatorias, jornadas muralistas y apoyo público de artistas en la escena artístico-cultural.

Imagen 1. Recortes de fotografías del rostro de Alejandro Castro



Fuente: Collage de elaboración propia con imágenes extraídas del corpus de noticias digitales.

Aspectos formales: a nivel morfológico, la fotografía principal corresponde a un retrato en primer plano menor que centra el objetivo en el rostro y los hombros, mediante una composición armónica de tres líneas que estabilizan la imagen. Siguiendo las recomendaciones de Finol, cabe destacar que en el rostro de Alejandro Castro se acentúan los rasgos fisionómicos de su perfil frontal: un hombre con el cabello, bigote y barba de color negro de cortes definidos y estilizados, de cara delgada y pómulos pronunciados gracias a la definición acentuada del hueso cigomático (hueso de la mejilla y pómulos); su boca cerrada y con una expresividad neutral direccional al interlocutor a centrar su atención en la mirada, esta última corresponde al rasgo predominante en los retratos y su personificación.

El punctum³ se centra en la mirada del activista dirigida al espectador, que transmite una fuerza expresiva penetrante. En la mayoría de los casos, la mirada tiene una direccionalidad frontal; en otros, se orienta hacia el horizonte. Los ojos, proporcionalmente grandes respecto al resto del rostro, adquieren características particulares según el soporte visual: en las ilustraciones, se acentúan mediante la eliminación de la córnea y parte de la pupila, dejando solo una pupila dilatada; en los murales, los iris y pupilas se pintan con colores que reflejan el brillo de la mirada y, por ende, la vitalidad del cuerpo representado. Las cejas son un elemento que cargan de expresividad la mirada al estar en una posición de leve alzamiento, lo que simboliza una voluntad de atención en el acto de comunicar frente a la cámara.

Se trata de un tipo de composición que remite a la fotografía realizada por Alberto Díaz Gutiérrez (Korda), uno de los fotógrafos cubanos más reconocido

3 Véase: Barthes (1980).

internacionalmente por su “fotografía del guerrillero heroico” de Ernesto Che Guevara. Esta imagen, enmarcada en el género del retrato político, se ha convertido en un referente de lucha y revolución en Latinoamérica, estableciendo un símil entre el activismo de Castro y el ícono histórico de la revolución cubana (Imagen 2).

Imagen 2. Afiche con mirada de Alejandro Castro junto a “fotografía del guerrillero heroico”



Fuente: Elaboración propia a partir de imágenes del corpus noticioso analizado.

De esta caracterización se desprenden las demás imágenes transformadas en nuevos formatos como estenciles, collages, pancartas, etc. En el caso de los estenciles la figura principal es el rostro, el cual se imprime en telas, flyers en papel e imagen digital. Mientras que el “stadium” son elementos que caracterizan el conflicto socioambiental, como la presencia de la termoeléctrica en las imágenes, se repite el uso de la tonalidad azul en ilustraciones, al igual que la presencia de elementos del mar, en otras gráficas se ve nuevamente su rol de sindicalista en el contexto de protesta.

4.1.1. Fuentes destacadas durante el posicionamiento mediático

Las fuentes que aparecen en los medios entregando sus testimonios respecto al hecho son familiares de Alejandro Castro: su madre, hermana y pareja. Todos coinciden en señalar que Castro recibió amenazas antes de morir, según consignan los titulares. Frente a estos testimonios, el Gobierno respondió inicialmente llamando a respetar los tiempos de la investigación, aun cuando existían antecedentes de que el anuncio de las causas de la muerte había sido anticipado. Posteriormente, la autoridad pública declaró que se “trataría de un suicidio”. Por otra parte, existen pronunciamiento por parte de otros actores de la esfera política que exigen celeridad y esclarecimiento de las causas de muerte del activista como es el caso del Senador Juan Ignacio Latorre, el alcalde Jorge Sharp.

La representación visual de las fuentes primarias privadas —los familiares de Alejandro Castro— destaca especialmente a su compañera en el contexto de

su muerte y la lucha por esclarecerla. En estas imágenes, se la ve acompañada de Alejandro Castro (selfie) y en escenas de cortejo fúnebre, donde se incorporan elementos que representan simbólicamente la presencia del activista. Las fotografías muestran expresiones de dolor y luto, pero también reflejan esperanza a través del compromiso político y la búsqueda de justicia. La dramatización del contenido se construye a partir de contextos ceremoniales y de memoria, donde los personajes principales son la pareja, la hermana y la madre de Alejandro. Estas imágenes se han utilizado en entrevistas que denuncian las amenazas previas a su muerte, funcionando como herramientas para visibilizar el sufrimiento y la lucha de los familiares, y añadiendo una dimensión emocional al discurso (Imagen 3).

Imagen 3. Recortes de noticias con énfasis en las fuentes del caso Alejandro Castro



Fuente: Elaboración propia a partir de imágenes del corpus noticioso analizado.

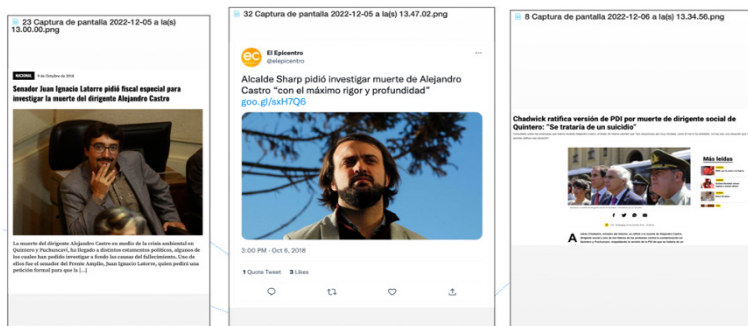
En el caso de las autoridades políticas predomina la voz del gobierno de turno a través de Andrés Chadwick, ministro del Interior y Seguridad Pública (durante el primer y segundo gobierno del expresidente Sebastián Piñera). La imagen pública del abogado y político chileno se caracteriza por su vínculo familiar con el expresidente Piñera, de quien es primo; así como por su participación en la dictadura militar junto a Augusto Pinochet y su cercanía con Jaime Guzmán, principal autor de la actual Constitución chilena. Este personaje mediático se ajusta al discurso gubernamental centrado en la política de los

hechos, en el que se llama a mantener la confianza en el proceso investigativo.

El alcalde de Valparaíso, Jorge Sharp, y el senador Juan Ignacio Latorre, ambos políticos destacados en Chile, demostraron mediáticamente su interés en apoyar la investigación del caso. Sharp, abogado y exlíder estudiantil, alcalde desde 2016 y cofundador de movimientos de izquierda antes de distanciarse del partido Convergencia Social. Por su parte, Latorre, psicólogo y académico con formación en políticas sociales y gestión pública, lidera el partido Revolución Democrática desde 2022.

La respuesta política ante sucesos que implican la desconfianza en la institucionalidad es un aspecto relevante que da cuenta del manejo de crisis comunicacional y el mensaje político que las autoridades buscan proyectar ante este tipo de conflictos. En este sentido, es una oportunidad para demostrar o no la eficacia en la labor política de los distintos bloques que conforman los poderes del estado, siendo una instancia viable de publicitar la administración del poder que se está ejerciendo por parte de las autoridades de turno y las noticias son un medio para dar a conocer ese contenido mediante el discurso político público (Imagen 4).

Imagen 4. Recorte de noticias con énfasis en fuentes políticas caso Alejandro Castro



Fuente: Elaboración propia a partir de imágenes del corpus noticioso analizado.

Se observa entonces una disputa en torno a los discursos emitidos por los actores en la esfera pública. Mientras la familia y los movimientos sociales denuncian un presunto homicidio y señalan antecedentes de amenazas previas a la muerte de Castro, el gobierno insta a confiar en las instituciones y en los procesos de investigación. Esta postura genera desconfianza en representantes del poder legislativo que exigen la designación de un fiscal especial y, por parte del alcalde Sharp, el máximo rigor en el proceso. En contraste con la posición del gobierno, la institución investigadora confirmó la existencia de amenazas contra el activista antes de su muerte. Durante el análisis inductivo, se destaca la repetición del código “dudosa muerte” con el que se identificaron al menos 30

publicaciones con expresiones literales o similares para definir el suceso en sus encabezados tal como “extrañas condiciones”, “sospechosas circunstancias”, “confusa muerte” etc. Como se ha planteado, el rostro mediatizado adquiere una nueva dimensión simbólica al ser reapropiado por las comunidades, convirtiéndose en un ícono de resistencia y justicia social.

4.2. Macarena Valdés, mujer mapuche

En el caso de Macarena Valdés, la categorización general muestra predominantemente el uso de una imagen mítica, representada en una fotografía de medio perfil donde sobresale su rostro junto a un borrego. En los titulares se repite la información en la que su esposo Rubén Collio aparece como fuente principal: relata antecedentes, detalla etapas del proceso investigativo y convoca a manifestaciones en demanda de justicia, concentraciones y marchas bajo el lema “Justicia por Macarena Valdés” (Imagen 5).

Imagen 5. Fotografía más utilizada por los medios de Macarena Valdés



Fuente: Elaboración propia a partir de imágenes del corpus noticioso analizado.

Los aspectos formales muestran la representación visual de Macarena Valdés mediante una fotografía de medio perfil, sentada, con elementos de una cocina como fondo. Morfológicamente la captura contempla la mitad superior de su cuerpo; los hombros y la espalda relajada con una leve inclinación a la derecha, descansa su mentón sobre la cabeza de un borrego que sujeta con su

mano izquierda y mientras abraza con su mano derecha el pecho del animal. Entre los rasgos que caracterizan su figura corporal se destacan su cabello largo y negro, recogido detrás de la oreja derecha, lo que permite apreciar los aros o chaway que lleva puestos.

El rasgo preponderante en la captura fotográfica, *punctum* en palabras de Roland Barthes (1980), es la sonrisa, la cual puede ser categorizada como una “sonrisa con los ojos” según la definición del anatomista francés Duchenne (1990): “al sonreír se elevan los esquemas de la boca y los ojos pueden o no también elevarse, esta sonrisa es conocida como la sonrisa Duchenne” (Palma, 2010, p. 16), asociada a estados de felicidad, ya que estudios indican que es un tipo de sonrisa ejecutada por estímulos que provocan la alegría de una persona. La sonrisa de Valdés corresponde a una sonrisa ideal en la cual la curvatura incisal corre paralela a la curvatura del labio inferior. Esta fotografía es visualmente estratégica por la expresión facial de Valdés, ya que el ser humano logra recordar la expresión facial de felicidad con mayor rapidez en comparación con otras expresiones tales como la rabia, la sospecha o el miedo. El “studium” de esta fotografía está presente en un borrego como un actor secundario: un borrego, símbolo que ha sido integrado tanto en la historia universal como en la cultura mapuche.

Desde una perspectiva occidental, basada en la historia del arte europeo y su enfoque en la composición de la imagen, la disposición de los elementos presentes evoca obras renacentistas donde mujeres portan animales, como *La dama del armiño* de Leonerdo da Vinci y *La dama con el unicornio* de Rafael Sanzio, este último símbolo de pureza. En ambas pinturas, los animales, reales o míticos, se convierten en metáforas visuales que transfieren cualidades de pureza a las protagonistas, reforzando ideas de pulcritud y castidad a través del recurso retórico del símil.

Siguiendo las recomendaciones de Umberto Eco (1992) sobre el proceso interpretativo del signo en semiótica, según el cual “a través de procesos de interpretación nosotros construimos cognitivamente mundos, actuales y posibles” (p. 12), se puede establecer un vínculo entre la figura del cordero en la fotografía y la tradición mapuche. Esta relación remite a la crianza ancestral del camélido extinto chilweke, documentada en crónicas coloniales como las de Alonso de Ovalle y Diego de Rosales (Benavente, 1985), quienes refieren a su uso ritual hasta el siglo XVII en el Wallmapu (territorio mapuche).

La imagen mediada fotográficamente representa la reciprocidad y el respeto que el pueblo mapuche otorga a los elementos de la naturaleza, incluidos los animales criados para ser posteriormente sacrificados como alimento o abrigo. Este vínculo humano-animal se forja a través de la rutina diaria de cuidarlos, alimentarlos y proporcionarles las mejores condiciones de vida hasta el momento del sacrificio. En este contexto, el nacimiento de un cordero simboliza una fuente de alegría para las familias campesinas, no sólo por razones

económicas, sino también por el afecto que se desarrolla hacia el animal. Además, es significativo que Macarena, madre de tres hijos en ese momento, sostuviera al cordero en sus brazos, gesto que puede interpretarse como una expresión de cuidado y ternura, reflejo de su experiencia maternal.

Según el tipo de medio, la imagen sufre variaciones en términos de recorte, tonalidad y tratamiento del color. En los medios hegemónicos y de orientación conservadora, se observa una tendencia a utilizar versiones en blanco y negro, lo que constituye un primer elemento diferenciador respecto de la imagen original. Esta elección cromática no es neutra: los tonos monocromáticos intensifican la carga emocional del encuadre, aportando dramatismo, nostalgia o una sensación de urgencia. En el contexto periodístico, este recurso puede utilizarse para subrayar la gravedad del evento o transmitir la intensidad de la situación representada. En contraste, los medios alternativos, mapuche y de izquierda suelen conservar el formato original de la fotografía, priorizando la integridad del color y, en algunos casos, realizando recortes que centran la atención exclusivamente en el rostro, excluyendo elementos como el borrego. Esta decisión estética otorga a la imagen una cualidad más cálida y realista, favoreciendo la conexión afectiva con el público y reforzando la dimensión humana de la figura representada.

4.2.1. Fuentes destacadas durante el posicionamiento mediático

Las fuentes mencionadas durante la cobertura del caso son por un lado familiares, organizaciones sociales y especialistas forenses, mientras que, por parte de las autoridades, predomina la imparcialidad y el hermetismo, que es interpelado por el movimiento social en busca de una respuesta del Estado, incluso a través de presidentes y expresidentes, frente a la falta de rigurosidad en la investigación.

En el caso de la familia, se destaca la presencia en medios de la pareja y padre de los hijos de Macarena Valdés, a quien la prensa chilena definió de distintas maneras: esposo, werken (vocero en mapuzugun), viudo y compañero. Estas denominaciones refieren a la fuente más citada en los corpus noticiosos durante la cobertura de este caso: Rubén Collio. Tras la muerte de su compañera y madre de sus tres hijos, Collio inició, junto al apoyo de organizaciones sociales mapuche, feministas y territoriales, un proceso de búsqueda de justicia y de investigación pericial independiente que demostrara las causas reales de muerte de Macarena Valdés.

El tipo de noticia que destaca en este caso es la denuncia. La aparición de Rubén Collio como fuente en las noticias ocurre cada vez que existen hitos en el proceso de investigación de las causas de muerte; así como en las convocatorias a conversatorios en espacios públicos y en las denuncias de violencia policial en el marco de diversas actividades realizadas en diversas ciudades tales como marchas, conciertos y actos conmemorativos (Imagen 6).

Imagen 6. Recortes de publicaciones con énfasis en la fuente del caso Macarena Valdés



Fuente: Elaboración propia a partir de imágenes del corpus noticioso analizado.

Rubén Collio viste en todas las fotografías su atuendo mapuche, en el que adquiere relevancia el uso de un trilonco rojo, símbolo del arte textil mapuche y ancestralidad. Este cintillo, propio del hombre mapuche, es una prenda cuyo color inicialmente representa la diversidad territorial, ya que cada región emplea sus propias tonalidades. Además, el color también indica diferencias de género: ciertos tonos, como el rojo tejido en una franja transversal y central, simbolizan la presencia masculina asociada con la fuerza y la guerra. El color rojo en las vestimentas mapuche de los hombres, según Eugenia Álvarez (2020):

El rojo en las vestiduras masculinas es, por lo tanto, esta sangre derivada de la violencia, reflejo directo del poder. Es por esto por lo que el vestirse con prendas rojas, o con motivos rojos, es señal de poder, de fuerza, que dan o quitan vida y que se relacionan con dos dominios diferentes: lo femenino y lo masculino. Tanto para hombres como para mujeres, el fluir de la sangre es el índice de su poder para dar o quitar vida. La utilización de estos símbolos implica el cargarse el cuerpo con símbolos tremendamente importantes y cruciales dentro de la cosmovisión mapuche: la fuerza que anima la sexualidad mapuche, las señales de la guerra y la gestación. (p. 65)

La construcción de la figura pública de Rubén Collio es a partir de su imagen de hombre mapuche, esposo de una mujer mapuche asesinada y padre de tres hijos que perdieron a su madre en el contexto de la lucha por el territorio.

Por parte del Estado e instituciones gubernamentales las fuentes más citadas son el Ministerio Público, Fiscalía Nacional, Fiscalía Regional de Los Ríos y de La Araucanía, Tribunales de Justicia de Panguipulli, Tribunales de Garantía, Carabineros, Fuerzas Especiales y como figura Pública directa la ex presidenta Michelle Bachelet. Cuando se mencionan estas instituciones, generalmente es

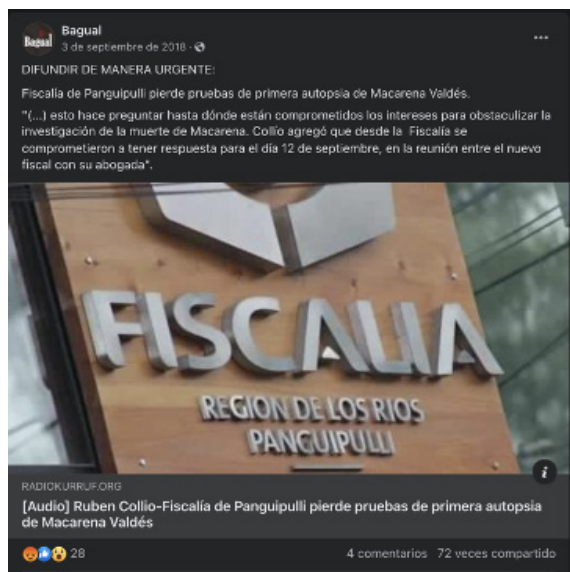
en el contexto de denuncia por falta de celeridad u obstrucción en la investigación, formuladas por parte del movimiento que busca justicia. En tales casos, las imágenes de referencia muestran a Rubén Collio o bien planos referenciales de la fachada de los edificios institucionales acompañados de grupos de manifestantes. Hay ocasiones en el que menciona a la expresidenta Michelle Bachelet⁴ en donde se utilizan imágenes de referencias o en un caso en particular de una funa realizada por una mujer en Ginebra en la que interpeló a la exmandataria y representante de Chile ante la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

4.2.2. Instituciones sin rostro: la despersonalización en la respuesta estatal

En las coberturas mediáticas analizadas, se observa una respuesta institucional del Estado que carece de representación personal o vocería identificable, especialmente en el caso de Macarena Valdés. La Fiscalía aparece como el único agente comunicacional dentro del discurso oficial, mientras que otras instituciones, como Carabineros o el gobierno, mantienen una posición hermetica, expresada visualmente mediante imágenes referenciales de fachadas de edificios institucionales o efectivos de Fuerzas Especiales con el rostro cubierto por cascos. Esta representación visual despersonalizada puede ser leída como una forma de “respuesta sin rostro” del Estado, donde la acción institucional se sustenta en una fachada simbólica más que en figuras humanas responsables. Estalógica puede comprenderse a partir de la metáfora dramática de Erving Goffman (1959), quien plantea que tanto individuos como organizaciones se presentan ante los demás mediante “fachadas” que estructuran la interacción social. En el ámbito institucional, esta fachada se materializa en símbolos arquitectónicos, sellos o emblemas que sustituyen la presencia de un vocero humano, constituyendo lo que algunos autores han llamado performatividad organizacional (Manning, 2008). La ausencia de rostros identificables puede responder tanto a decisiones estratégicas como a limitaciones discursivas o políticas; sin embargo, su efecto comunicacional es claro: el movimiento socioambiental aparece confrontado a una entidad abstracta, sin rostro, que evade la confrontación simbólica directa. Este fenómeno de despersonalización institucional —más evidente en el caso de Valdés que en los de Castro o Catrillanca, donde sí hubo respuestas de figuras políticas— merece una problematización futura como parte del repertorio visual y discursivo del poder estatal (Imagen 7).

⁴ Pedro Cayuqueo (2014) señala que durante el primer gobierno de Michelle Bachelet ocurrieron dos hechos de violencia en la Araucanía -la muerte de Matías Catrileo y Jaime Mendoza Collío a manos de Carabineros- que la expresidenta nunca abordó públicamente, pese a su historia como víctima de la dictadura. El autor critica su silencio ante estas violaciones de derechos humanos, y subraya que durante su mandato se profundizó la militarización del territorio mapuche.

Imagen 7. Recorte con énfasis en fuente caso Macarena Valdés



Fuente: Elaboración propia a partir de imágenes del corpus noticioso analizado.

Los hallazgos muestran un complejo entramado de relaciones entre diversos actores sociales y políticos en torno a Rubén Collío y su lucha por justicia tras la muerte de su esposa, Macarena Valdés, en el contexto de la lucha por la defensa del territorio mapuche. Collío se alza mediáticamente como un hombre mapuche que ha perdido a su esposa en el contexto de la disputa territorial, lo que le confiere una importante carga emocional y simbólica a su activismo.

En síntesis, los hallazgos revelan un conflicto persistente entre el movimiento por la justicia en el caso de Macarena Valdés y las instituciones estatales, así como una crítica explícita a la gestión política de figuras como Michelle Bachelet, especialmente en relación con la militarización y el manejo del conflicto en la Araucanía. Se evidencia, además, una profunda preocupación por la represión policial y la falta de respuestas institucionales frente a las demandas del movimiento socioambiental. En este contexto, el conflicto mapuche se posiciona no como una problemática atribuible a un gobierno específico, sino como una cuestión estructural del Estado chileno. La muerte de Valdés es resignificada como parte de una lucha territorial más amplia, y su imagen individual se transforma en un símbolo colectivo de resistencia, operando como un dispositivo visual central dentro de las narrativas de protesta.

Este fenómeno se vincula con investigaciones previas sobre la representación del pueblo mapuche en los medios de comunicación. Investigadores como Otaño Hermosilla (1998, 2000, 2014) y Del Valle (2005) han mostrado que el

discurso periodístico tiende a construir imágenes negativas de las comunidades mapuche cuando estas asumen un rol activo, y solo las retrata positivamente cuando aparecen en situaciones pasivas, como la recepción de ayuda estatal. Asimismo, sus estudios revelan que la cobertura mediática suele centrarse en episodios de “conflicto”, privilegiando como fuentes legítimas a actores institucionales como la policía o las autoridades gubernamentales. En esta misma línea, Aruguete y Koziner (2020) examinan los encuadres periodísticos del conflicto entre el Estado chileno y las comunidades mapuche, identificando patrones similares de representación desigual y sesgada.

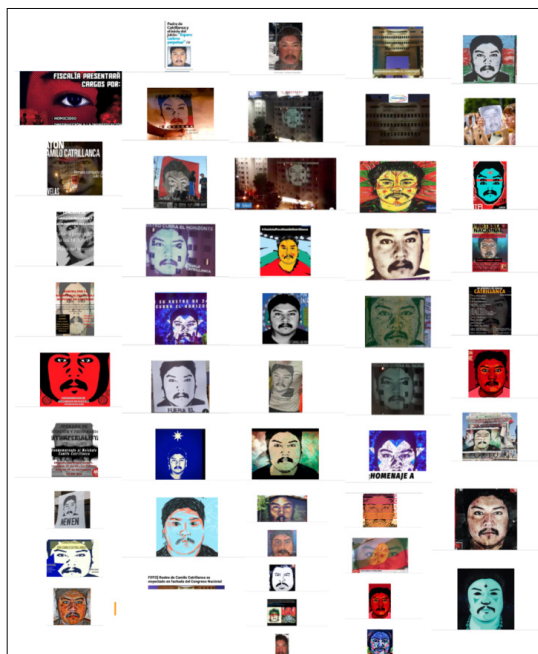
4.3. Weichafe Camilo Catrillanca

El rostro de Camilo Catrillanca es uno de los símbolos más potentes en el posicionamiento mediático de su muerte. A través de la masificación del retrato fotográfico en diversos formatos, la faz del joven mapuche que fue asesinado por la espalda por efectivos de fuerzas especiales se convirtió en el emblema de multitudinarias manifestaciones que se convirtieron en noticias. El retrato es un medio de expresión identitaria (Sontag, 2006), por lo tanto, funciona como instrumento semiótico de reconocimiento social (Finol, 2012).

En el caso de Catrillanca, durante la caracterización general de la fotografía, se observa que esta presenta características propias de una imagen tipo carné, evidentes en el semblante serio y la ausencia de expresividad facial. Para comprender su exitosa masificación, es de mucha utilidad reconocer que el tipo de foto que aquí se estudia es el resultado del enrolamiento para ingresar a un registro nacional, cuya etapa culmine se materializa en una Cédula de Identidad, identificación de control estatal al cual todos los ciudadanos nacidos en el territorio chileno deben suscribir. Tal y como plantea Nelly Richard (2000), la foto-carné “se trata de un sujeto normado por la ley que lo individualiza aislando su identidad, separándose de su contexto de relaciones cotidianas para colocar esa identidad a disposición del control social” (p. 166). Ciuffoli (2005) señala que la fotografía de carnet “es siempre la marca de una evidencia, la figura de la desnudez impuesta al rostro” (p. 166).

Las fotografías tipo carné han sido un recurso recurrente en los procesos de memoria histórica sobre las violaciones de derechos humanos en América Latina, particularmente en el contexto de las dictaduras y la representación de los detenidos desaparecidos. En el entorno digital, el poder de las imágenes radica en su capacidad para activar procesos de memoria, transformar la realidad y fomentar el activismo a través de plataformas digitales. No es solo la tragedia representada lo que otorga valor a una imagen en el cambio social, sino su potencial para modificar lógicas de interpretación y estimular la denuncia ciudadana. Sin embargo, su difusión plantea un debate ético que involucra la responsabilidad de la ciudadanía en la forma en que estas imágenes son compartidas y utilizadas (De-Andrés, Nos Aldás & García Matilla, 2016).

Imagen 8. Recortes de fotografía mediales rostro de Catrillanca



Fuente: Collage de elaboración propia con imágenes del corpus de noticias digitales.

En los aspectos formales se observa que, a través de estas imágenes, el movimiento realiza un salto simbólico al tomar esta fotografía y transformarla gráficamente, manteniendo como objeto central el rostro e incorporando texto, colores y elementos de la cultura mapuche. Estas adaptaciones se materializan primero en papel, a modo de carteles en protestas —como la ocurrida frente a La Moneda, casa de gobierno de Chile—, donde los manifestantes llevaron el rostro de Camilo Catrillanca impreso en blanco y negro, con estética de serigrafía, y lo utilizaron para cubrir sus propios rostros.

4.3.1. Fuentes destacadas durante el posicionamiento mediático

Durante el posicionamiento mediático, Marcelo Catrillanca, padre de Camilo, aparece como la fuente más citada. En sus declaraciones, enfatiza la inocencia de su hijo y denuncia el uso excesivo de la fuerza por parte de Carabineros, cuestionando la versión oficial de los hechos y buscando responsabilizar a las autoridades policiales y políticas por la muerte de Camilo. La imagen de Marcelo se asocia frecuentemente con noticias de alto impacto, es decir, contenido que irrumpe en la esfera mediática debido a su carácter controversial.

Marcelo Catrillanca se posiciona mediáticamente como un defensor del

diálogo y la paz, reiterando su búsqueda de justicia. Frecuentemente, los titulares destacan sus llamados a evitar acciones violentas y su insistencia en la necesidad de un pronunciamiento sobre las responsabilidades políticas, especialmente hacia el entonces ministro del Interior, Andrés Chadwick (Imagen 9). En las fotos de perfil, Marcelo aparece con una expresión triste o neutra, mirando hacia su derecha. Estas imágenes fueron tomadas en puntos de prensa y manifestaciones, donde viste atuendos tradicionales mapuches, incluyendo un cintillo azul (trarilonco) y una manta (makün).

Imagen 9. Recortes de apariciones de Marcelo Catrillanca en los medios



Fuente: Elaboración propia con imágenes del corpus de noticias digitales.

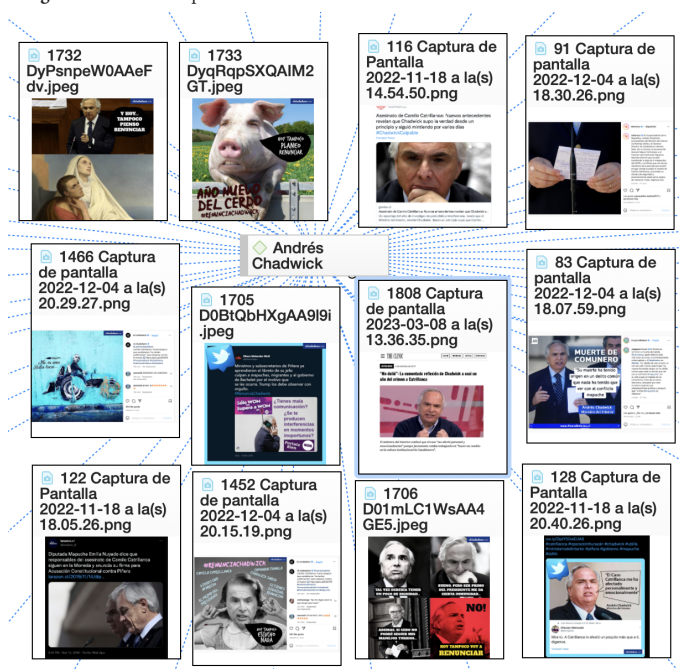
Por otro lado, autoridades policiales como Hermes Soto y políticos como Felipe Kast respaldaron en un primer momento la versión oficial del incidente, lo que evidencia un apoyo inicial a la actuación de Carabineros. Sin embargo, Kast posteriormente desmintió sus propias imágenes, lo que expuso una inconsistencia en la versión oficial. También intervinieron figuras políticas como la diputada Emilia Nuyado, los senadores Francisco Huenchumilla y Alejandro Navarro, la alcaldesa de Paillaco Ramona Reyes, Daniel Jadue, y las diputadas Carol Cariola y Camila Vallejo, quienes manifestaron su respaldo a la inocencia de Camilo Catrillanca, al igual que el Instituto Nacional de Derechos Humanos.

Estas voces reforzaron la narrativa de la injusticia y contribuyeron a legitimar la posición de la familia Catrillanca y del movimiento social. Asimismo, se citaron autoridades mapuche, como lonkos y machis, que oficiaron como voceros en los territorios, convocando a la población a manifestarse. Este despliegue buscó legitimar la lucha del movimiento y fortalecer la identidad y la voz del pueblo mapuche en el conflicto.

El funeral de Camilo Catrillanca se configuró como un hito mediático central, en el que convergieron tanto la atención pública como la movilización social. La ceremonia adquirió el carácter de un espacio de expresión y protesta contra la violencia policial y la injusticia.

Los medios, por su parte, recurrieron a la ironía como recurso, utilizando símiles para ridiculizar la figura de Chadwick como un político formal que evitaba asumir la responsabilidad política del hecho. El uso del hashtag #RenunciaChadwick en múltiples plataformas unió las voces de protesta y fortaleció la demanda de su renuncia (Imagen 10).

Imagen10. Recortes de apariciones de Andrés Chadwick en los medios



Fuente: Elaboración propia con imágenes extraídas del corpus de noticias digitales.

En resumen, se advierte una disputa por la narrativa dominante, donde la familia, el movimiento social y diversas figuras políticas buscan legitimar sus posiciones y movilizar el apoyo público en su lucha contra la violencia policial

y la injusticia. Así, los retratos de activistas no solo cumplen una función de denuncia, sino que también reactivan memorias compartidas que refuerzan la cohesión simbólica de los movimientos socioambientales.

5. CONCLUSIÓN

Los resultados de este estudio dialogan con una creciente línea de investigación sobre los rostros como superficies de inscripción simbólica, política y afectiva en contextos de conflicto, memoria y protesta. En sintonía con las propuestas de autores como Leone (2023), Voto (2023) y Delupi (2023), los hallazgos aquí presentados confirman que el rostro no solo cumple funciones identitarias o representacionales, sino que opera como un dispositivo semiótico de poder, capaz de articular denuncias, resistencias y narrativas contra-hegemónicas.

La digitalización del rostro, en tanto proceso técnico y simbólico, adquiere una dimensión estratégica dentro del repertorio visual del activismo socioambiental. Tal como lo plantea Finol (2016), la transmediatización del rostro permite su circulación, manipulación y resignificación en múltiples plataformas, lo cual facilita nuevas formas de visibilidad para luchas históricamente invisibilizadas por los marcos mediáticos hegemónicos.

En esta línea, el concepto de rostrosfera (Voto, Finol & Leone, 2021) ofrece una clave interpretativa útil para comprender cómo los rostros digitalizados de activistas operan como nodos visuales que condensan historias de vida, violencias estructurales y memorias colectivas.

Los casos analizados en este estudio —Alejandro Castro, Macarena Valdés y Camilo Catrillanca— ejemplifican cómo estas imágenes no sólo representan a individuos, sino que activan una performatividad visual que interpela al poder, articula demandas de justicia y proyecta un sentido de comunidad. Esta representación no es neutra ni espontánea: está cargada de atributos estéticos, culturales y emocionales que consolidan el vínculo entre los rostros y los territorios que estos cuerpos defendieron. Así, las cualidades estructurales (como los rasgos indígenas o latinoamericanos), dinámicas (gestos, miradas, expresiones de lucha) y artificiales (elementos añadidos como símbolos mapuche o escenarios naturales) configuran una semiosis del rostro que resiste tanto al olvido como al silenciamiento.

Este trabajo también dialoga críticamente con las reflexiones de Butler (2010) sobre los marcos de reconocimiento. Las imágenes de los activistas aquí estudiados confrontan dichos marcos, evidenciando qué vidas son consideradas dignas de duelo y cuáles quedan fuera del campo de visibilidad pública. En línea con esta autora, puede afirmarse que la potencia política de estos rostros no reside únicamente en su circulación digital, sino en su capacidad para subvertir los encuadres dominantes y provocar empatía, memoria y acción colectiva.

Finalmente, en contraste con investigaciones centradas en la ocultación facial como estrategia de resistencia (Delupi, 2023a; Voto, 2022), este estudio muestra que, en el caso chileno, la visibilización radical del rostro del activista cumple un rol igualmente subversivo. Lejos de protegerse mediante el anonimato, los movimientos sociales optan por amplificar la imagen del rostro como gesto de denuncia, memoria y reivindicación. Esta diferencia revela la riqueza contextual de las rostrosferas latinoamericanas, donde la lucha por el reconocimiento se juega tanto en la exhibición como en la ocultación estratégica.

Las imágenes de los activistas analizados han trascendido su dimensión individual para convertirse en símbolos colectivos de resistencia y memoria, configurando un campo de disputa semiótica en el que se confrontan distintas narrativas sobre su legado y las circunstancias de su muerte. La representación visual de estos rostros no solo documenta sus historias, sino que activa la acción ciudadana, impulsa la denuncia social y alimenta la construcción de discursos de protesta, consolidando el arte visual como una herramienta clave en la lucha por la justicia socioambiental en Chile.

El análisis de sus representaciones revela la importancia de sus cualidades estructurales, dinámicas y artificiales, que no solo refuerzan su identidad, sino también la lucha que encarnan. Sus rasgos latinoamericanos e indígenas, históricamente invisibilizados, emergen en este contexto como signos de resistencia. Asimismo, los elementos simbólicos que los rodean —el mar en Alejandro Castro, un borrego en Macarena Valdés y el cintillo de weichafe en Camilo Catrillanca— inscriben sus imágenes en una narrativa visual que los vincula con sus territorios y cosmovisión.

Desde una perspectiva filosófica, la teoría de la alteridad de Levinas y los estudios contemporáneos sobre la semiótica del rostro en el entorno digital invitan a reflexionar sobre el valor de reconocer la singularidad del otro. La mediatización y transmediatización de los rostros de los activistas no solo los proyecta como dispositivos de denuncia, sino que también plantea un dilema ético: defender su memoria y su lucha frente a los intentos de borrado y control narrativo.

El análisis semiótico de estos casos pone en evidencia cómo las imágenes pueden amplificar las demandas de justicia, poniendo en evidencia las tensiones entre el discurso oficial y las voces del movimiento social. La disputa por el control del relato público demuestra que la comunicación política y mediática no solo impacta la percepción ciudadana, sino que también afecta directamente la legitimidad del poder estatal. Así, la representación mediática de los activistas puede reforzar estigmas o, por el contrario, consolidar la identidad y la voz de los movimientos sociales, dejando en claro que la memoria y la resistencia también se juegan en el espacio visual y digital.

REFERENCIAS

- Altuna, B. (2010). *Una historia moral del rostro*. Pre-textos.
- Álvarez Saavedra, E. (2023). Uso del color y patrones geométricos en los diseños Mapuche contemporáneos: Adaptación semiótica en tres casos de estudio comparados. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, (120), 58-70. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi120.4173>
- Arendt, H. (2004). *Los orígenes del totalitarismo*. Taurus.
- Aruguete, N. & Koziner, N. (2020). El conflicto mapuche en la prensa chilena. Anotaciones teórico-metodológicas para el análisis de los encuadres mediáticos. *Perspectivas de la comunicación*, 13(1), 203-217. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-48672020000100203>
- Barbotto, S., Voto, C. & Leone, M. (2022). *Rostrosfera de América Latina. Culturas, traducciones, mestizajes*. Aracne.
- Barthes, R. (1980). *La chambre claire. Note sur la photographie*. Gallimard.
- Bauman, Z. (2006). *Modernidad y Holocausto*. Séquitur.
- Bellentani, F. & Panico, M. (2016). Los significados de los monumentos y memoriales: Hacia una aproximación semiótica. *Punctum. Revista Internacional de Semiótica* 2(1). 28-46.
- Bellentani, F. (2023). Rostros evanescentes: una investigación semiótica de memoriales digitales y prácticas conmemorativas. En Leone, M., (Ed.), *El rostro híbrido. Paradojas del rostro en la era digital* (pp. 192-215). Routledge.
- Bellentani, F. (2024). Las múltiples caras de un monumento: Los significados del rostro en monumentos y memoriales. *Semiótica* (255), 96-116.
- Benavente, M. (1985). Reflexiones en torno al proceso de domesticación de camélidos en los valles del centro y sur de Chile. *Boletín Museo Regional de la Araucanía*, 37-52.
- Berger, P. & Luckmann, T. (1968). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu.
- Butler, J. (2004). *Vida precaria. El poder del duelo y la violencia*. Paidós.
- Butler, J. (2010). *Marcos de guerra. Las vidas lloradas*. Paidós.
- Butler, J. (2017). *Cuerpos aliados y la lucha política. Hacia una teoría performativa de la asamblea*. Paidós.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Alianza.
- Cayuqueo, P. (2014). *Esa ruca llamada Chile y otras crónicas mapuche*. Catalonia.
- Ciuffoli, E. (2005). Aviso nudo: effetti d'istantanea. *Documenti di lavoro, Centro*

Internazionale di Semiotica e di Lingüistica, Università di Urbino, 346.

De-Andrés, S., Nos Aldás, E. & García Matilla, A. (2016). La imagen transformadora. El poder de cambio social de una fotografía: la muerte de Aylan. *Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 47(2), 29-37. <https://www.torrossa.com/es/resources/an/3119970?digital=true>

Del Valle, C. (2005). Interculturalidad e intraculturalidad en el discurso de la prensa: Cobertura y tratamiento del discurso de las fuentes en el 'conflicto indígena mapuche', desde el discurso político. *Redes*, (2), 83-111.

Delupí, B. (2023). La maschera come interstizio tra manifesto e latente. In Leone, M. (Ed.), *Il volto latente*. FACETS Digital Press.

Delupí, B. (2023). La potencia política de la máscara en discursos artistas. *Revista digital del Grupo de Estudios Semio-discursivos*, 4(1). <https://doi.org/10.30972/nea.728422>

Delupí, B. (2023). Ocultamiento del rostro en las protestas sociales. Performances, afectos y política. *Religación*, 8(38). <https://doi.org/10.46652/rgn.v8i38.1144>

Delupí, B. (2023). Ocultación del rostro y nuevas fisonomías. *Estudios Semióticos Chinos*, 19(3).

Delupí, B. (2023). La potencia política de la máscara en discursos artistas. *Ñeatá. Revista digital del Grupo de Estudios Semiodiscursivos*, 4, 3-13. <https://doi.org/10.30972/nea.336725>

Duchenne, G. (1990). *El mecanismo de la expresión facial humana*. Cambridge University Press.

Eco, H. (1992). *Los límites de la interpretación*. Lumen.

Finol, D., Djukich D. & Finol, J. (2012). Fotografía e identidad social: Retrato, foto carné y tarjeta de visita. *Quórum Académico*, 9(1), 30-51.

Finol, J. & Fernández, K. (1997). Etno-semiotica del rito: Discurso funerario y prácticas funerarias en cementerios urbanos. *SIGNA*, 6, 201-220.

Finol, J. (2015). *La corpósfera: Antropo-semiótica de las cartografías del cuerpo (Vol. 2)*. Ediciones Ciespal.

Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday Anchor.

Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente*. Paidós.

Hermida, A. & Hernández-Santaolalla, V. (2016). Ambigüedades del empoderamiento ciudadano en el contexto tecnopolítico. *IC Revista Científica De Información Y Comunicación*, (13). <https://icjournal-ojs.org/index.php/IC-Journal/article/view/339>

- Honneth, A. (1997). *La lucha por el reconocimiento. Por una gramática moral de los conflictos sociales*. Crítica.
- Inai Segovia, D. & Vernier, M. (2024). Cobertura periodística de ecosistema medial digital chileno en redes sociales frente a la muerte de tres activistas durante conflictos socioambientales. *Austral Comunicación*, 13(2). <https://doi.org/10.26422/aucom.2024.1302.seg>
- Johnston, H. & Noakes, J. (Eds.). (2005). *Frames of protest: Social movements and the framing perspective*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Leone, M. & Gramigna, R. (2023). Introduction to “The visage as text”. *Chinese Semiotic Studies*, 19(3), 377-386. <https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.1515/css-2023-2010/html>
- Leone, M. & Viola, M. (2022). Introducción: ¿Qué tienen de especial los rostros? Rostros en la encrucijada entre la filosofía, la semiótica y la cognición. *Topoi*, 41(4), 623-628. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11245-022-09825-x>
- Leone, M. (2018). Semióticas del rostro en la era de la comunicación digital. El caso de José Gervasio Artigas. *Resumen para una conferencia plenaria*, Universidad de la República, Uruguay.
- Leone, M. (2019). El rostro singular: el rostro como paisaje, el paisaje como rostro. *Estudios Semióticos y Lingüísticos*, 5(4), 28-46.
- Leone, M. (2020). Rostros gigantes: Tamaño versus proporción en la semiótica del poder. En Steinberg, O., Traversa, O. & Cingolani, G. (Eds.), *Actas del XIV Congreso mundial de semiótica: Trayectorias*, Buenos Aires, Argentina. https://iass-ais.org/proceedings2019/Proceedings_IASS_2019_tomo_8.pdf#page=339
- Leone, M. (2023). Semiótica del rostro. En Voto, C., Soro, E., Fernández, J. L. & Leone, M. (orgs.), *Rostrotopías: Mitos, narrativas y obsesiones de las plataformas digitales* (pp. 207-230). Aracne.
- Leone, M. (2024). Guerra e pace nei volti: Una semiótica facciale. In Galofaro, F. & Sorrentino, P. (Eds.), *Il senso della pace: Prospettiva sulla semiótica della guerra* (pp. 115-128). Mimesis.
- Levinas, E. (2000). *La huella del otro*. Taurus.
- Lotman, I. (1996). *La semiosfera I. Semiótica de la cultura y del texto*. Cátedra.
- Manning, P. (2008). *The Technology of Policing: Crime Mapping, Information Technology and the Rationality of Crime Control*. New York Press.
- Merleau-Ponty, M. (1975). *Fenomenología de la percepción*. Península.
- Otazo Hermosilla, J. (1998). *Algunos aspectos de la representación social del grupo étnico mapuche en el discurso de la prensa. (El diario austral 1997-1998)*. Tesis, Licenciatura en Comunicación Social, Universidad de la Frontera, Chile.

- Otazo Hermosilla, J. (2000). La dimensión del acceso en el estudio del discurso público mapuche. *Lengua y Literatura Mapuche*, 9, 231-244.
- Otazo Hermosilla, J. (2014). Representación de los mapuches en el discurso de la prensa regional chilena. En Alonso Azócar, L. & Nitrihual, A. O. (Eds.), *Lenguas, Literatura y Comunicación: 20 años de investigación en la Universidad de La Frontera*. Ediciones UFRO.
- Palma, C. (2010). *Análisis de la percepción estética de la sonrisa*. Tesis de grado, Universidad de Chile, Chile.
- Richard, N. (2000). Imagen-Recuerdo y borraduras. En Richard, N (Ed.), *Políticas y estéticas de la memoria* (pp. 165-172). Editorial Cuarto Propio.
- Saramago, J. (2007). *Manual de pintura y caligrafía*. Punto Lectura
- Sepúlveda, N. (2018). Informe policial secreto: Camilo Catrillanca estaba en las miras de Carabineros. *CIPER Chile*. <https://www.ciperchile.cl/2018/11/27/informe-policial-secreto-camilo-catrillanca-estaba-en-la-mira-de-carabineros/>
- Sontag, S. (2006). *Sobre la fotografía*. Edhasa.
- Verón, E. (1993). *La semiosis social*. Gedisa.
- Verón, E. (2015). Teoría de la mediatización: una perspectiva semio-antropológica. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 20, 173-182.
- Voto, C. (2022). Artificial Skin and Biopolitical Masks, or How to Deal with Face-Habits. *Signs and Society*, 10(1), 126-142. <https://doi.org/10.1086/717563>
- Voto, C. (2023). Metterci la faccia, metterci l'identità. Il valore sociale dell'immagine facciale. In Scamuzzi, S. & Amateis, M. (Eds.), *La società per immagini. Ricerca, métodos, linguaggi* (pp. 160-165). Silvana Editora.
- Voto, C. (2023). Rostros inciertos: una investigación sobre formas visuales para comunicar la otredad. En Leone, M. (Ed.), *Los rostros híbridos. Paradojas del rostro en la era digital* (pp. 39-58). Routledge.
- Voto, C., Finol, J. & Leone, M. (2021). El rostro en el horizonte digital latinoamericano. *deSignis. HORSSERIE 1*. <https://www.designisfels.net/hors-serie/el-rostro-en-el-horizonte-digital-latinoamericano/>

* Contribución de autoría: Darla Inai-Segovia participó en el diseño de la investigación, la recolección de datos, el procesamiento y análisis de la información, además de la elaboración y corrección del documento. Jaime Otazo-Hermosilla colaboró en la concepción y problematización del estudio, la orientación bibliográfica, la definición de aspectos metodológicos, la discusión de resultados y la revisión del manuscrito.

* 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 LOS AUTORES

Darla Inai Segovia. Doctora en Comunicación, Universidad Austral de Chile (Chile), con doble graduación en Investigación Social y Marketing, Sapienza-Università di Roma (Italia). Magíster en Comunicación, Universidad Austral de Chile (Chile). Su trayectoria investigadora se ha centrado en los conflictos socioambientales, el pluralismo mediático, la comunicación de riesgos y la semiótica social aplicada al análisis del discurso mediático. Ha desarrollado estudios sobre cobertura digital de conflictos socioambientales, encuadre mediático y análisis de grandes volúmenes de datos en redes sociales. Actualmente se desempeña como funcionaria pública en Chile, vinculando su experiencia académica con el fortalecimiento de la gestión comunicacional e institucional.

Jaime Otazo Hermosilla. Doctor en Ciencias de la Información y Comunicación, Université Sorbonne Nouvelle (Francia). Magíster en Ciencias de la Comunicación, Universidad de La Frontera (Chile). Su investigación aborda con enfoque semiótico procesos de comunicación social con componente intercultural. En particular, ha investigado los procesos de visibilidad social y mediática como resultado de la negociación de estrategias socio-semióticas. Además, ha asumido funciones institucionales en la Universidad de La Frontera, como la dirección del Departamento de Lenguas, Literatura y Comunicación, y ha participado activamente en la creación de iniciativas editoriales.

Tipos fisiognómicos

Anotaciones sobre la modelización del rostro desde la semiótica cognitiva

Physiognomic types

Notes on a modelling of the face from cognitive semiotics

Tipos fisiognômicos

Notas sobre uma modelagem da face da semiótica cognitiva

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4138>

► JULIO HORTA

julio.horta@politicas.unam.mx - Ciudad de México - Universidad Nacional Autónoma de México, México.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5882-174X>

CÓMO CITAR: Horta, J. (2025). Tipos fisiognómicos. Anotaciones sobre la modelización del rostro desde la semiótica cognitiva. *In Mediaciones de la Comunicación*, 20(2). <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4138>

Fecha de recepción: 16 de abril de 2025

Fecha de aceptación: 21 de septiembre de 2025

RESUMEN

Este artículo busca establecer una dimensión reflexiva acerca de las condiciones y problemas implicados en la modelización del rostro. Para ello utilizará consideraciones teóricas provenientes de la semiótica cognitiva y, al mismo tiempo, ilustrará la reflexión considerando algunos casos que resultan relevantes. En concreto, el

presente texto busca establecer cuestionamientos concretos con respecto al planteamiento de Kant (2010) acerca de la función interpretativa del rostro: para el filósofo alemán el rostro y la mirada permiten intuir el temperamento de un sujeto. Se utilizarán los fundamentos teórico-metodológicos de la semiótica cognitiva para contra argumentar la propuesta de Kant y, al mismo tiempo, establecer las condiciones cognitivas implicadas en la modelización del rostro.

PALABRAS CLAVE: *modelización, tipo fisionómico, esquema, mirada, rostro.*

ABSTRACT

This article seeks to establish a reflective dimension regarding the conditions and problems involved in facial modeling. To do so, it will utilize theoretical considerations from cognitive semiotics and, at the same time, illustrate the reflection by considering some relevant cases.

Specifically, this article seeks to raise specific questions regarding Kant's (2010) approach to the interpretive function of the face: for the German philosopher, the face and the gaze allow us to intuit a subject's temperament. Thus, the theoretical and methodological

foundations of cognitive semiotics will be used to argue Kant's proposal and, at the same time, establish the cognitive conditions involved in facial modeling.

KEYWORDS: *modeling, physiognomic type, scheme, gaze, face.*

RESUMO

Este artigo procura estabelecer uma dimensão reflexiva sobre as condições e os problemas envolvidos na modelagem do rosto. Para isso, utilizará considerações teóricas provenientes da semiótica cognitiva e, ao mesmo

tempo, ilustrará a reflexão considerando alguns casos relevantes. Especificamente, o presente texto busca estabelecer questionamentos concretos com relação à abordagem de Kant (2010) sobre a função interpretativa do rosto: para o filósofo alemão, o rosto e o olhar permitem intuir o temperamento de um sujeito. Os fundamentos teórico-metodológicos da semiótica cognitiva serão utilizados para contra-argumentar a proposta de Kant e, ao mesmo tempo, estabelecer as condições cognitivas envolvidas na modelagem do rosto.

PALAVRAS-CHAVE: *modelagem, tipo fisiognômico, esquema, olhar, rosto.*

1. INTRODUCCIÓN

En su libro *Antropología en Sentido Pragmático*, Immanuel Kant (2010) describe las características que determinan a la especie humana, su temperamento de raza y los rasgos fundamentales que constituyen a un pueblo. En los primeros apartados, bajo el título “Didáctica Antropológica”, el filósofo prusiano da continuidad a los temas que han sido su pasión filosófica desde hace más de 20 años: las condiciones subjetivas del conocimiento, el estudio de las facultades humanas y la constitución dinámica de las representaciones internas del espíritu. Publicada originalmente en 1798, esta obra reúne las discusiones que el filósofo desarrolló fuera de la Universidad de Königsberg, institución en la cual ocupó el cargo de profesor ordinario de lógica y metafísica desde 1770. De manera complementaria a sus investigaciones críticas¹, la primera parte de este estudio kantiano propone la determinación de lo humano en un sentido fisiológico (su naturaleza propia) y pragmático (lo que puede y debe hacer dada su libertad intrínseca). Esto último le permite al autor delinear un campo de investigación acerca de lo humano, que el mismo filósofo conviene denominar “antropología”, y cuya tarea práctica está en observar y conocer al ser humano en tanto que ciudadano del mundo.

Ahora bien, la segunda parte del libro, titulada “Característica Antropológica”, se enfoca en explicar la relación entre el exterior (sus rasgos fisionómicos) y el interior del sujeto (su temperamento, emocional y moral). La tesis que guía a esta disertación consiste en cuestionar si es posible conocer el interior de un individuo a partir de su apariencia física, y bajo qué condiciones puede darse dicho conocimiento. Este punto es el que nos parece particularmente relevante en este trabajo, pues para Kant (2010) los gestos y rasgos faciales pueden ser una ventana para conocer el temperamento moral de una persona, en particular la mirada y los ojos. Pero también advierte un problema: puede ser el caso que ciertos individuos sean capaces de imitar gestos para aparentar una condición moral o un temperamento como la bondad.

Tomando las reflexiones kantianas sobre la fisionomía como premisas, buscaremos indagar cómo los gestos y la mirada conforman un recurso textual para la comunicación de emociones entre individuos en prácticas comunicativas concretas (por ejemplo, la construcción de la imagen política). Pero, a diferencia de la propuesta kantiana, no consideraremos que la figura del rostro representa un estado cognitivo interno, a la manera de un sentimiento moral, emoción o temperamento. En cambio, buscaremos mostrar que la forma del rostro como parte de un discurso opera como una forma textual que se vincula estratégicamente con modelos cognitivos, los cuales componen el campo de

¹ Para muchos estudiosos de la obra de Kant, las investigaciones críticas se refieren al trabajo principal del filósofo, vertido en los libros *Crítica de la razón pura*, *Crítica de la razón práctica* y *Crítica del juicio*. Para tener un panorama genérico de la obra del filósofo prusiano, se recomienda revisar el estudio introductorio que realiza Pedro Ribas, traductor y prologuista de la obra de Kant. Al respecto, véase: Kant (2007).

interpretaciones posibles de comportamientos sociales².

En este sentido, vamos a defender la idea de que el rostro es una figura semiótica conformada de manera intersubjetiva y que, en su manifestación o expresión textual, detona operaciones de identificación-reconocimiento de formas perceptuales que hacen operativa su categorización en la comunicación entre individuos. Este proceso de lectura interpretativa de la imagen del rostro figurado ocurre sin implicar directamente los procesos subjetivos que propone Kant (2010); en otras palabras, la dimensión semiótica de la representación del rostro en una imagen no involucra el conocimiento del estado emocional de la persona portadora de dicha imagen fisiognómica. Es por ello que partimos de una tesis distinta, en la cual asumimos que un rostro no muestra el estado cognitivo del individuo representado, pero sí posibilita la comunicación a través de estimular la imaginación figurativa de los intérpretes miembros de una comunidad.

Esto último nos lleva a delimitar qué es un modelo de percepción y cómo componen la figura del rostro a nivel intersubjetivo y, para tal efecto, se discutirán los términos de “tipo cognitivo” y “tipo fisiognómico” que propone Eco (1999). Esta última cuestión busca examinar la noción de “esquema” que se encuentra en la base de la semiótica cognitiva y proponer en su lugar la noción de modelo como fundamento del proceso semiótico-comunicativo. Para sustentar esta discusión, retomaremos algunas precisiones filosóficas provenientes de la filosofía trascendental de Kant (2010), la semiótica pragmaticista de Peirce (2012) y la semiótica trascendental de Apel (2010).

Así pues, en este trabajo retomaremos en un primer momento el contraste analítico en la composición visual de dos fotografías de presidentes de Estados Unidos para que, posteriormente, nos adentremos a la reflexión semiótica sobre las implicaciones epistemológicas acerca de la composición gestual. Esta última parte del trabajo busca establecer una contra argumentación, desde la semiótica cognitiva, hacia la postura kantiana con respecto al rostro como reflejo de un estado moral o emocional interno.

2. REPRESENTACIÓN DE LA FEALDAD

En el libro *Historia de la Fealdad*, Eco (2007) apunta como criterios de composición visual de la fealdad la desfiguración y la falta de armonía en las formas del rostro y el cuerpo. A diferencia del principio de modelización geométrica, propuesta durante el Renacimiento para expresar belleza física, la fealdad formal implica un “desequilibrio en la relación orgánica entre las partes de un todo” (Eco, 2007, p. 19). El problema que resulta relevante considerar es si dicha

² Esta idea de texto como estrategia que organiza el universo de interpretaciones legítimas es propuesta en principio por Umberto Eco (2020). En el presente artículo acotamos que dicha estrategia de organización del universo semántico implica la interacción e interrelación de modelos cognitivos que son detonados en el lector por las reglas de lectura y funciones del texto mismo.

fealdad formal, compuesta figurativamente en una imagen visual, se corresponde con la fealdad espiritual como estadio interno de un sujeto.

En este punto, resulta estimulante y necesario dar cuenta de la problematización que subyace en el planteamiento del propio Kant (2010): ¿puede conocerse el interior de una persona, sus inclinaciones y sentimientos, por mediación de la imagen de su rostro? Y de ser así, ¿en qué condiciones se justifica semejante conocimiento? Para el filósofo, la fisiognomía del rostro nos muestra el temperamento interior de la persona. Pero, ¿puede aplicarse dicho principio a los dispositivos visuales como la pintura o la fotografía? La cuestión resulta relevante cuando transponemos narrativas y juicios de un co-texto discursivo hacia el anclaje (Barthes, 2000) de los elementos figurativos de la imagen.

Conviene precisar la reflexión tomando en consideración un caso (Imagen 1):

Imagen 1. Fotografía de Donald Trump fechada el 24 de agosto del 2023



Fuente: Imagen publicada por la agencia Associated Press (AP) - <https://apnews.com/us-news/general-news-0cdcd5e2ea95fc26ae35e191dc6364e>

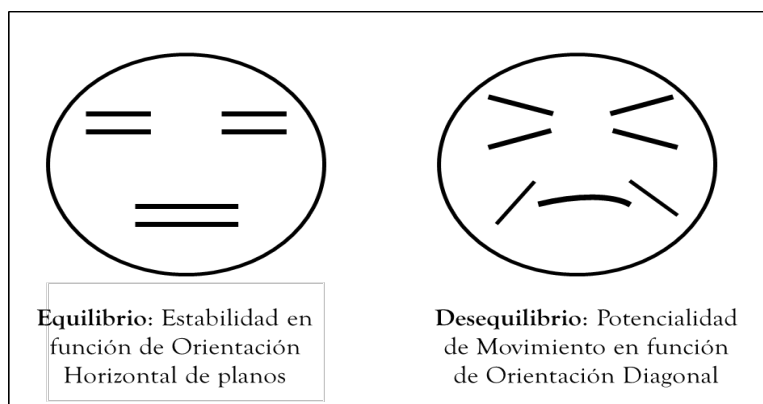
Esta imagen fue tomada por la oficina del sheriff del condado Fulton (Georgia). Se muestra el gesto retratado del expresidente Donald Trump al ser imputado por cargos de asociación delictiva. La imagen se difundió en agencias como Associated Press (AP) y medios como The New York Times. Lo relevante es la asociación semántica y narrativa que se hace del rostro retratado. En la nota de Cooper (2023), cuyo sugerente título es “Una imagen, un rostro, un momento en la historia: la foto de prontuario de Donald Trump”, el rostro del Trump se asocia con unidades léxicas y formas enunciativas que sugieren lecturas determinantes con respecto a la persona fotografiada. Términos como “venado lampareado”, “hampón”, “vergüenza”, e “intenso”. Cooper no sólo

considera que es una fotografía histórica, que perdurará más allá de la vida del propio personaje político de Donald Trump, sino que además representa algo tan importante pues la imagen misma del rostro fotografiado “trae consigo un impacto emocional y cultural” (Cooper, 2023).

También hay una secuencia de proposiciones que nos sugieren, además, el aspecto narrativo del personaje político, cuyo rostro fotografiado es “símbolo del desafío de Estados Unidos a la tiranía”; pero que, además, su gesto sugiere una postura defensiva como si estuviera “viendo a un enemigo” a través del lente. Lo que más llama la atención es el modo en que Cooper propone que la foto representa o corresponde a alguien acostumbrado a “amar el control”. Este tipo de asociaciones resultan relevantes cuando consideramos si un gesto representado en el texto de una imagen puede tener dicha potencia interpretativa.

Las unidades léxicas y proposiciones discursivas citadas de la nota de Cooper (2023) constituyen la dimensión narrativa que interactúa con la composición fotográfica para establecer relaciones intersemióticas³ en la construcción de la imagen política de Trump. En términos de lo visual, el desequilibrio de los rasgos figurativos del rostro está organizado por la escasez de planos horizontales en la orientación de los formemas y, asimismo, por la asimetría plástica provocada por la proyección de sombras. Si bien el reconocimiento del significado de una forma visual está vinculado estrechamente con el contexto donde se enuncia la imagen (Grupo M, 2015), la interpretación del gesto está dirigido, en primera instancia, por la contraposición en relación con un modelo cognitivo del rostro equilibrado, el cual se asocia a estados emocionales contrarios al rostro desequilibrado. La imagen siguiente ilustra esta idea:

Imagen 2. Diagrama de planos en las expresiones del rostro



³ Para Magariños (2008), la intersemiosis implica una observación generalizante que origina en el intérprete una integración cognitiva a través de la cual interaccionan diferentes niveles de sentido dentro del texto, para dar unidad a la representación del objeto.

Fuente: esquema de elaboración propia basado en conceptos del *Tratado del Signo Visual* (Grupo M, 2015).

Las expresiones faciales evidencian muestras de afecto en la comunicación interpersonal, pero el recurso intersemiótico que consiste en utilizar una imagen-rostro dentro de la narrativa del discurso convierte dichos gestos en ‘ilustradores’ (Knapp, 2007) que refuerzan el contenido de la enunciación verbal. Así pues, la interpretación del rostro está dirigido por su relación con el nivel narrativo del texto: la semántica verbal de la nota transpone unidades léxicas que focalizan la lectura sobre el contenido de la expresión gestual de Trump, y al mismo tiempo orienta una dimensión inferencial en la que cada lector puede sobre interpretar las emociones y estados psicológicos del personaje político. Esto nos lleva, de nueva cuenta, hacia la problematización de una postura esencialista de la fisionomía.

3. FISIOGNOMÍA DEL ROSTRO: CONOCER EL INTERIOR DEL ALMA

La fisiognómica es, en palabras de Kant (2010), el arte de juzgar por medio de los rasgos visibles el interior de una persona. No será objeto de discusión su noción de arte o ciencia, pero sí conviene resaltar algunas consideraciones antropológicas que realiza el filósofo alemán: a saber, que el interior de una persona, sus inclinaciones y sentimientos, pueden conocerse por medio de signos externos expresados en su fisiognomía. Por eso, la comprensión de un rostro escapa a la designación conceptual

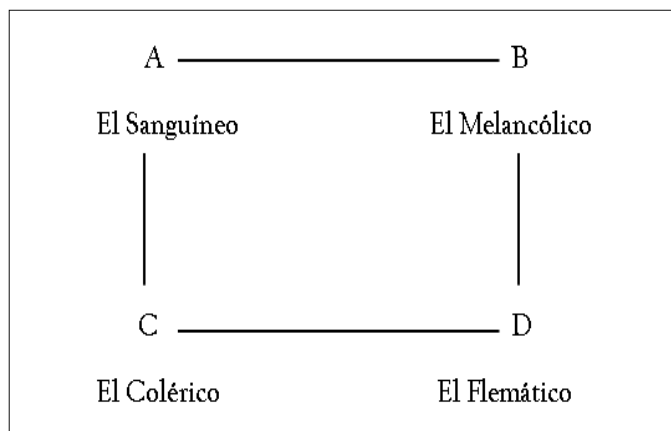
porque la peculiaridad de una fisionomía humana, que denuncia ciertas inclinaciones o facultades del sujeto mirado, no puede comprenderse por medio de una descripción con conceptos, sino por medio de una reproducción y representación en la intuición o en su imitación. (Kant, 2010, p. 235)

Siguiendo este principio de la fisiognomía entonces, en sus diferentes variaciones generales, el rostro muestra cada una de las propiedades especiales que pertenecen al interior del ser humano. Quizás la naturaleza propia de la filosofía trascendental lleva al mismo Kant a asumir una condición universal de las expresiones humanas, cuestión que no nos interesa sostener en este trabajo. Pero, si trataremos dar una explicación distinta acerca de cómo es posible tener una interpretación del rostro.

Así, el carácter o temperamento del ser humano está constituido por la interrelación de sentimientos que configuran el campo de posibles estados de ánimo que influyen en el comportamiento. Para Kant (2010), esta relación responde una lógica de opuestos que pone en juego el modo en que un sujeto acciona. Por un lado, los sentimientos se relacionan por “resistencia” cuando están reunidos en un mismo sujeto pese a ser contradictorios. Por otro, se “neutralizan” cuando no se contradicen entre sí y, en todo caso, se complementan o combinan dada cierta química del comportamiento. Esta relación la diagrama

Kant de la siguiente manera (Imagen 3):

Imagen 3. Relaciones de temperamento

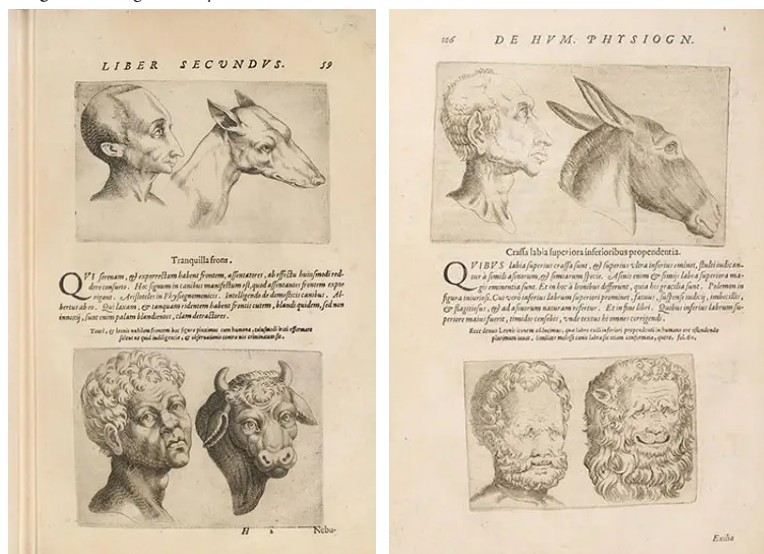


Fuente: Kant (2010, p. 228).

Las relaciones de resistencia están caracterizadas por A-B y C-D; las relaciones de neutralización por A-C y B-D. Pese a esta interacción entre temperamentos, Kant considera que no hay un carácter humano compuesto, sino que cada uno actúa de manera simple. Esto último conlleva considerar que a cada temperamento simple le corresponde un rasgo fisiognómico que expresa el estado interior subjetivo. Así pues, la intuición sobre los rasgos y gestos del rostro posibilita la captación de las inclinaciones del sujeto, especialmente en la captación de la mira. Sin embargo, esto supone enfocar la fisiognómica en los juicios de gusto subjetivos. En todo caso, desde el enfoque de la filosofía kantiana, el reto epistemológico consiste en establecer reglas generales que determinen el reconocimiento de la correspondencia [Rostro ↔ Temperamento].

La búsqueda de los criterios generales que regularan dicha relación dio como resultado algunas propuestas interesantes que, desde el siglo XVI, generaron cierto revuelo. Uno de esos criterios fue la analogía [Rostro → Naturaleza] propuesta por el filósofo Giambattista della Porta, quien con cierta comicidad propuso que la semejanza de los rasgos y gestos del rostro humano con la fisiognomía de los animales ya sugería el carácter de la persona. En su libro *De humana physiognomia*, della Porta pretende corresponder el temperamento del sujeto con la naturaleza del animal correspondiente (della Porta cita-
do en Kant, 2010, p. 235). En la Imagen 4 se muestra dicho ejercicio analógico:

Imagen 4. Analogía rostro y naturaleza animal



Fuente: Giambattista della Porta (1580). *De humana physiognomia*. I. IV (Consultado en: Linda Hall Library - <https://www.lindahall.org/about/news/scientist-of-the-day/giovanni-battista-della-porta/>)

Otro camino señalado por Kant (2010) fue la “imitación” del propio rostro: la observación de los gestos ante la experiencia interna de alguna emoción o sentimiento es un modo de concebir la propia naturaleza expresiva. Por ello, la expresión del carácter apuntaba a los ojos y la mirada como el foco de la expresión interna del sujeto. De ahí que escrutar la mirada, independientemente de la desfiguración gestual, es el camino natural para intuir el carácter interno de un sujeto.

Entonces, desde la filosofía kantiana, la mirada constituye la unidad mínima expresiva del rostro, y es la ventana a través de la cual se observa la condición moral y emocional de los individuos, incluso si pese a los accidentes y desfiguraciones generar un juicio de desagrado. Por ello,

a un hombre no le perjudica (...) el haberse desfigurado y vuelto feo en su rostro por obra del color de la piel o de verrugas; pues si en sus ojos brilla la bondad (...) puede seguir siendo querido y digno de amor. (Kant, 2010, p. 239)

Un rostro desfigurado, si bien no resulta bello, tampoco podría interpretarse como una expresión de fealdad, pues a fin de cuentas la mirada comunica un carácter interno susceptible de generar en las personas agrado o repudio.

Si bien las desfiguraciones del rostro implican una condición subjetiva particular, es decir, ocurren en vivencias de experiencias concretas de enfermedad o accidentes; en todo caso el estudio de los gestos del rostro ha buscado

establecer principios generales que trasciendan el ámbito de un relativismo interpretativo. Esto ha ocurrido, incluso, en el modo de representar la estética del rostro, y por lo tanto “decir que belleza y fealdad son conceptos relacionados con las épocas y con las culturas (o incluso con los planetas) no significa que no se haya intentado siempre definirlos en relación con un modelo estable” (Eco, 2007, p. 15). De ahí que la lectura del rostro y su consecuente intuición de los estamentos interiores de los sujetos ha exigido, a lo largo de la historia de la filosofía práctica y la estética, la conformación de modelos de lectura que posibiliten lecturas genéricas de las expresiones gestuales.

Entonces, si tomamos esto en consideración y aceptamos los criterios medievales y renacentistas de composición pictórica, podríamos considerar los principios de composición geométrica como categorías en la composición del rostro y, desde ese enfoque, establecer un modelo de interpretación. La pregunta sería si dichos modelos, fundados en criterios matemáticos rigurosos nos ponen en condiciones para hacer una interpretación genérica sobre el temperamento de una persona, tal y como se busca problematizar en estas imágenes:

Imagen 5. Retratos presidenciales: ¿colérico frente a flemático?



Fuentes. Imagen Izquierda: Redacción del diario *El País* (16 de enero de 2025). “Trump publica su retrato oficial como 47° presidente de Estados Unidos, una foto muy similar a la de su ficha policial” - <https://elpais.com/internacional/2025-01-16/trump-publica-su-retrato-oficial-como-47-presidente-de-ee-uu-una-foto-muy-similar-a-la-de-su-ficha-policial.html> / Imagen derecha: Dave Rochelson (14 de enero de 2009). New official portrait released. *Change.Gov*. https://web.archive.org/web/20090204221705/http://change.gov/newsroom/entry/new_official_portrait_released/

Por supuesto, la representación de la imagen presidencial en un retrato oficial no corresponde con la percepción habitual del rostro de un ciudadano común. Junto con Verón (1987), aceptamos la distancia que existe entre la representación institucional de un rostro y la percepción cotidiana de los rasgos faciales. En ese sentido, el rostro representado por una institución de poder y gobierno opera en relación con un metacuerpo: es decir, un cuerpo de segundo grado configurado intencionalmente y mediatizado a partir de rasgos formales que tienen sentido en el imaginario social⁴ de una comunidad.

⁴ En este artículo entendemos por imaginario social, a la manera de Castoriadis (2002), el conjunto de significaciones sociales producidas por efecto de la institucionalización de prácticas, imágenes y corporeidades que instauran el sentimiento de pertenencia, la identidad y autoconciencia de un ciudadano en relación con su sociedad (Castoriadis, 2002).

De ahí que, el rostro presidencial representado conforma la imagen de una corporeidad que complementa y legitima los discursos que construyen una realidad social. En este sentido, “la imagen del cuerpo presidencial tiene, pues, un ‘plus’ con respecto a la imagen del cuerpo del ciudadano, pero mi cuerpo de ciudadano no es un anticuerpo presidencial” (Verón, 1987, p. 33). Sin embargo, pese a esta necesaria distancia entre el cuerpo-rostro-ciudadano y la representación de un rostro-presidente, lo relevante está en preguntarse cómo es que dichos rasgos faciales representados pueden generar interpretaciones: a la manera de Eco (2000), nos estamos preguntando cómo es que el intérprete llega a cierto patrón de respuestas como parte del acto comunicativo detonado por la imagen del rostro.

En consecuencia, un modelo de lectura de los rasgos faciales implicaría establecer una norma inmutable cuyos criterios y categorías pudieran determinar lo que los gestos humanos representan. Esta lectura deductivista del rostro implicaría una configuración arquetípica ideal, que correspondería con el programa de una fisiognómica general, una rama importante de la cual se nutriría la antropología pragmática desde la perspectiva kantiana. Sin embargo, queda pendiente aún cómo podrían constituirse dichos modelos y si, en todo caso, ayudan a interpretar el comportamiento moral de una persona.

4. A MODO DE CIERRE: CUESTIONES EN LA ESQUEMATIZACIÓN CORPORAL

4.1 Hacia una modelización semiótica del rostro

Pensar una modelización de las expresiones faciales conlleva la cuestión de considerar si un modelo general posibilita una identificación particular de las expresiones de un individuo concreto, en una situación comunicativa específica. En la contraposición entre un rostro ideal y un rostro individual, Kant (2010) propone que el carácter o temperamento del sujeto se expresa como un término medio: es decir, que no está compuesto por los rasgos ideales que no constituyen la expresividad diversa de emociones humanas; pero tampoco se puede comprender la fisiognomía del rostro considerándola como una expresión de gusto a nivel subjetivo y por tanto contingente en tanto manifestación individual.

La representación de la proporción del cuerpo y, por lo tanto, del rostro, ha llevado al pensamiento moderno a interesantes propuestas desde hace algún tiempo. Tanto en las artes como en las ciencias físicas modernas, la discusión sobre la representación del mundo se enfocó en la noción de “esquema”. La especulación estética se concentró en la posibilidad de conformar un esquema ideal que permitiese comprender la estructura universal del mundo. Trabajos como “Esquema del crecimiento de los árboles” de Leonardo da Vinci (1452-1519) y “Estudio de proporciones” de Alberto Durero (1471-1528) muestran el intento de los artistas por determinar los modos de la naturaleza a partir de formalizaciones geométricas. Algo muy similar encontramos en la ciencia: por ejemplo, las “Leyes de Kepler”, un esfuerzo del matemático alemán Johannes Kepler (1571-1630) por caracterizar

el desplazamiento de los planetas a partir de la proporción elíptica de las órbitas.

La cuestión fundamental y problemática está en la noción de esquema. La especulación estética encontró un fundamento epistemológico en la filosofía trascendental de Kant (2007). Una de las contribuciones más importantes de la modernidad fue circunscribir la teoría de la sensibilidad dentro del proceso de conocimiento. En este ámbito el esquema cobraría un carácter trascendental: desde la perspectiva kantiana, un esquema es una representación mediadora a priori que vincula las capacidades cognitivas del entendimiento con la percepción de la experiencia.

El esquema, en su mediación de la experiencia, constituye una condición necesaria del conocimiento objetivo. Si bien el mundo externo acontece en la experiencia de manera contingente y diversa, sólo a través de un esquema se podía contemplar la estructura esencial de los objetos empíricos y, de esta manera, incluso superar y corregir la apariencia imperfecta de las cosas particulares. Como consecuencia, el mundo de la naturaleza era representada como una proyección de formas racionales subjetivas, en un ejercicio creativo que postula al artista o al científico como constructor de lo real. La analogía posibilitada por el esquema se enfocaba en reconocer inductivamente lo general que subyace en lo accidental de la experiencia particular.

Así, preguntarse por las condiciones de una fisiognómica general que estudie los rasgos generales del rostro conlleva sostener la idea de un esquema general de los rasgos faciales que permitan determinar los comportamientos humanos. La lógica epistemológica parece clara: si tengo un esquema general del rostro, puedo determinar, entonces, lo que cada gesto particular expresa y, en esa medida, se puede establecer una correspondencia universal con las condiciones morales y temperamentos internos de los sujetos.

Sin embargo, pensar en esquemas y analogías, a la manera de Kant (2007, 2010) resulta problemático si consideramos de manera más amplia las funciones semióticas del rostro. Un primer problema está en el reduccionismo de la forma expresiva: para el filósofo alemán, la mirada del rostro es suficiente para intuir el carácter del sujeto. Pero desde una semiótica del cuerpo esto no permite comprender la complejidad expresiva de las diferentes modalidades de significación corporal. De acuerdo con Finol (2015), los gestos constituyen un kinema, es decir, una unidad de significación corporal que opera en relación con dos entornos: por un lado, el co-texto corporal en donde el gesto significa por su relación con el cuerpo; y un macro-contexto, en donde el gesto está en relación de sentido con otros cuerpos dentro de un entorno público y social.

Esto nos lleva a reconocer, junto con Leone (2021), que el rostro configura formas complejas que se entrelazan entre sí, se intersectan y, de manera dinámica, establecen un comportamiento comunicacional que se articula al interior de las figuras del cuerpo y al exterior en su relación con otras corporeidades del entorno. Por ello, el rostro, “en todas las culturas visuales humanas no es una figura

simple, sino una figura compuesta de otras figuras según una relación de figura englobante a figuras englobadas” (p. 195). Pero entonces, si los rostros asisten a diferentes configuraciones espacio-temporalmente distintas, cabría preguntarse: ¿cuáles son las condiciones cognitivas que nos permiten reconocer, por ejemplo, un rostro amenazante en la imagen de un presidente?

En términos más específicos, lo que ahora queremos establecer son las condiciones cognitivas de modelización del rostro que nos permiten el reconocimiento y la identificación de funciones expresivas. En principio, la nomenclatura de Eco (1999) nos parece pertinente para describir de manera más analítica lo que permite la generalización de rasgos faciales hasta la constitución de modelos de reconocimiento de la rostriedad.

Para escapar de la trampa kantiana de pensar en un esquema trascendental de naturaleza general del cuerpo, parece conveniente aceptar que las primeras experiencias de gestos constituyen un primer experimento perceptual que ocurre en la edad temprana de un ser humano. En ese momento, resulta razonable considerar dos procesos: por un lado, la captación de patrones de percepción en las formas recurrentes del rostro; y por otro, en establecimiento de prototipos de gestualidades. En el primer caso, la imagen del rostro es en un sentido cognitivo un “tipo fisionómico”: junto con Eco (1999), estamos considerando que a través de una serie de repeticiones la ocurrencia de un gesto particular se vuelve un tipo o modelo que ejemplifica los rasgos semejantes de otras experiencias. Esto permite la categorización de una forma del rostro dentro de un patrón de ocurrencias.

Pero, dicha categorización conlleva, además, a una cierta capacidad de respuesta o acción en relación con esa forma específica del rostro. La forma-tipo del rostro no opera de manera aislada, sino que ocurre en interrelación con un conjunto de figuras-acciones corporales en entornos específicos. De ahí que el individuo asocia cognitivamente la forma-tipo de rostro con un patrón de acciones que, posteriormente, constituirán parte de los esquemas narrativos y cognitivos con los que se asociará la significación de un gesto con acciones, tal y como sucede cuando interpretamos un gesto como bondadoso o malvado. A fin de cuentas, la categorización tiene que ver, justamente, con un aspecto cognitivo vinculado con dicha capacidad de respuesta y, al mismo tiempo, con el proceso inferencias de captación de patrones empíricos. Para Niño (2015), “categorizar algo es (...) estar preparado para responder de cierta manera con respecto a ese algo” (199); y, en todo caso, dicha categorización implica un accionar en donde el cuerpo media el proceso de percepción y respuesta.

La otra parte del proceso inicial consiste en establecer prototipos gestuales. Una vez que se han categorizado las formas-tipo de rostros como tipos-acciones-respuestas, se crean conjuntos y subconjuntos de formas de rostros que permiten distinguir expresiones básicas que progresivamente se van complejizando. Entonces, el individuo experimenta con gestos concretos en situaciones comunicativas particulares: prueba si un determinado gesto X funciona de acuerdo con

la capacidad de respuesta asociada dentro de una categoría de comportamientos posibles. Eco (1999) llama grado de prototipicidad al número de atributos que comparte la ocurrencia con otros miembros de la categoría. En consecuencia, el prototipo no es parte de la categoría, es un caso experimental en donde se pone en juego el grado de prototipicidad que tiene un gesto particular en relación con un patrón de respuesta ya categorizado. Todo esto nos permite explicar cómo es que se genera la asociación de un gesto con una expresión emocional de maldad: pues el caso concreto de forma-tipo puede tener un grado de prototipicidad alta y pertenecer a la categoría de comportamientos asociados con lo malvado.

De acuerdo con los patrones de respuesta, y las marcas gestuales asociadas a las figuraciones rostro-cuerpo-entorno, los tipos fisionómicos y los prototipos constituyen la base de la posterior modelización del rostro que, en términos cognitivos, corresponden a un tipo cognitivo genérico. Siguiendo con Eco (1999), esos tipos cognitivos contienen las instrucciones necesarias para concebir la imagen de un objeto (en este caso la expresión de un rostro) a partir de rasgos mínimos que se generalizan y replican recursivamente.

Finalmente, en tanto modelos de percepción del rostro, estos tipos cognitivos tienen dos funciones cognitivas básicas. A nivel subjetivo-individual, se configura como un sistema de expectativas (Neisser, 1981) que permite dar forma a la información proveniente de experiencias previas y, en ese sentido, operan como pre-requisitos estructurales (Eco, 1999) que establecen las bases de los procesos cognitivos de identificación y reconocimiento de una forma gestual. Pero, a nivel colectivo, y a diferencia de Eco (1999), dichos modelos replican las estructuras ecológicas del entorno, por lo que replican recursivamente las formas biológicas y culturales del rostro. Dichas formas son el resultado de procesos co-evolutivos en los que se repiten los patrones de rostriedad que han sido determinantes y significativos para otros miembros de la comunidad, en concreto, y de la especie en general. De ser así, esta hipótesis nos pondría en mejores condiciones para comprender cómo es que podemos reconocer un temperamento en la imagen fotográfica de un rostro, pese a que no tenemos un acceso directo de los estados cognitivos internos de la persona a que se refiere.

REFERENCIAS

- Castoriadis, C. (2002). *Figuras de lo pensable*. Fondo de Cultura Económica.
- Eco, U. (2007). *Historia de la Fealdad*. Lumen.
- Eco, U. (1999). *Kant y el Ornitorrinco*. Lumen.
- Eco, U. (2000). *Tratado de semiótica general*. Lumen.
- Eco, U. (2020). *Lector in Fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*. La nave di Teseo.

Finol, J.E. (2015). *La Corpófera. Antropo-semiótica de las cartografías del cuerpo*. CIESPAL.

Grupo M (2015). *Tratado del Signo Visual*. Cátedra.

Kant, I. (2010). *Antropología en Sentido Pragmático*. Alianza.

Kant, I. (2007). *Crítica de la Razón Pura*. Taurus.

Knapp, M. (2007). *La Comunicación No verbal. El cuerpo y el entorno*. Paidós

Leone, M. (2021). Mala Cara: normalidad y alteridad en la percepción y en la representación del rostro humano. *Revista Signa*, 30(1), 191-211. <https://doi.org/10.5944/signa.vol30.2021.29305>

Magariños, J. A. (2008). *Semiótica de los Bordes. Apuntes de metodología semiótica*. Comunicarte.

Neisser, U. (1981). *Procesos cognitivos y realidad*. Marova

Verón, E. (1987). Cuerpo y metacuerpo en Democracia Audiovisual. *Après*, (293), 32-35.

* Contribución de autoría: la conceptualización y el desarrollo integral del artículo es obra del autor.

* 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 DEL AUTOR

Julio Horta. Doctor en Filosofía de la Ciencia, Universidad Nacional Autónoma de México (México). Licenciado en Ciencias de la Comunicación y Licenciado en Filosofía, Universidad Nacional Autónoma de México. Colaboró en diferentes proyectos de investigación en el área de Sociolingüística y Cultura en el Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. Docente, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México. Entre sus publicaciones pueden mencionarse los libros *Sociosemiótica y Cultura* (2019, UNAM, 2019) y *Campos Semióticos* (2021, Universidad de Chile, 2021). Ha publicado diversos artículos y ensayos en revistas nacionales y extranjeras acerca de temas relacionados con filosofía del lenguaje, semiótica de la cultura, semiótica cognitiva y epistemología. Es investigador asociado del Núcleo Latinoamericano de Investigación en Semiótica, con sede en la Universidad de Santiago de Chile (Chile). Ha sido catedrático en investigación en artes en la Universidad Autónoma del Estado de Morelos (México). Actualmente dicta seminarios de investigación y formación académica en el posgrado de Diseño en la Facultad de Arquitectura de la Universidad Nacional Autónoma de México y en el posgrado de Estudios Culturales del Colegio de la Frontera Norte (México).

La máscara posantigua de Zagreo en *Hades* (2020)

The post-ancient mask of Zagreus in *Hades* (2020)

A máscara pós-antiga de Zagreus em *Hades* (2020)

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4100>

► MARÍA DI MURO PELLEGRINO

mdimuro@ucab.edu.ve - Caracas - Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1182-661X>

CÓMO CITAR: Di Muro Pellegrino, M. (2025). La máscara post-antigua de Zagreo en *Hades* (2020). *In* *Mediaciones de la Comunicación*, 20(2). <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4100>

Fecha de recepción: 22 de marzo de 2025

Fecha de aceptación: 10 de septiembre de 2025

RESUMEN

El presente artículo reflexiona en torno a la máscara posantigua como aproximación a la experiencia lúdica en *Hades* (2020). En tal sentido, se abordará la noción de lo posantiguo, ya esbozada por Clare (2021) y entendida como una remediación de la mitología y las culturas de la Grecia y Roma antiguas en los videojuegos. Esta perspectiva se refleja no solo en los temas abordados, sino también en las referencias históricas, literarias y religiosas que se están considerando como otros modos

para estudiar la antigüedad, como lo hacen Vandewalle (2019, 2024) y Rollinger (2021). Teniendo esto en cuenta, la noción de la máscara posantigua –en tanto que vínculo entre avatar y jugador– será revisada a partir de la remediación del mito de Zagreo en *Hades* (2020), que se estudiará como *embodiment* y, a su vez, desde la figuración del *gameworld* y la mecánica de la repetición.

PALABRAS CLAVE: *Hades*, máscara, remediación, videojuegos, experiencia lúdica.

ABSTRACT

This article explores the post-ancient mask as an approach to the playful experience in *Hades* (2020). To do this, we'll first address the notion of the post-ancient, a concept already outlined by Clare (2021) and understood as a remediation of the mythology and cultures of ancient Greece and Rome within video games. This perspective is reflected not only in the themes explored but also in the historical, literary, and religious references that are being considered as alternative modes for studying antiquity, as demonstrated by Vandewalle (2019, 2024) and Rollinger (2021). With this in mind, the notion of the post-ancient mask –acting as the link between the avatar and the player– will be examined through the remediation of the myth of Zagreus in *Hades* (2020). This remediation will be studied as an

embodiment and, in turn, analyzed through the figuration of the gameworld and the game's repetition mechanic.

KEYWORDS: *Hades, mask, remediation, video games, ludic experience.*

RESUMO

O presente artigo reflete sobre a máscara pós-antiga como uma abordagem para a experiência lúdica em *Hades* (2020). Nesse sentido, será abordada a noção do pós-antigo, já esboçada por Clare (2021) e entendida como uma remediação da mitologia e das culturas da Grécia e Roma antigas nos videogames. Esta perspectiva

reflete-se não apenas nos temas tratados, mas também nas referências históricas, literárias e religiosas que estão a ser consideradas como outros modos para estudar a antiguidade, tal como o fazem Vandewalle (2019, 2024) e Rollinger (2021). Tendo isso em conta, a noção da máscara pós-antiga – enquanto vínculo entre avatar e jogador – será revista a partir da remediação do mito de Zagreus em *Hades* (2020), que será estudada como *embodiment* e, por sua vez, a partir da figuração do *gameworld* e da mecânica da repetição.

PALAVRAS-CHAVE: *Hades, máscara, remediação, video games, experiência lúdica.*

1. INTRODUCCIÓN

Un tema que se ha convertido en un punto de referencia para los desarrolladores de videojuegos es el de la tradición clásica griega y romana (Serrano Lozano, 2020). En tal sentido, distintas experiencias lúdicas hacen que resurjan figuras míticas, relatos y referentes que nos devuelven a la *Iliada*, la *Odisea*, los Himnos homéricos, los Himnos órficos, la *Teogonía*, entre otros (Garfield & Manders 2019; de Wildt & Aupers, 2020), y que, a su vez, se han convertido en fuentes de valor para los investigadores de la cultura clásica, tal como sugieren Lowe (2009), Christesen y Machado (2010), Sedgwick (2021), Clare (2021) y Vandewalle (2019, 2024). Este resurgir no implica la necesidad de evocar una fidelidad histórica, sino que, por el contrario, coexisten en la pantalla con la tradicional vitalidad de los mitos.

Esta pervivencia y reinterpretación de lo mítico puede, al mismo tiempo, comprenderse a través de distintos elementos que convergen en la estética de los videojuegos, y uno de ellos es el rostro, interpretado, según Belting (2017), como la tipología y caracterización de un personaje, pero también como portador de múltiples significados. Es preciso apuntar que este aspecto ha sido poco desarrollado por la crítica. Los estudios existentes han tendido, más bien, a enfatizar la dimensión técnica y vinculada al diseño (Hsu, Kao & Wu, 2009; Guglielmo et al., 2022; Bellenger, Chen & Xu, 2024). Teniendo esto en cuenta, me propongo algunas preguntas: Al pensar en un rostro digital, ¿solo podría concebirse como la figuración de un avatar? O, más allá de esto, ¿podría admitirse como signo de una pluralidad de vivencias en el contexto virtual?

Para meditar en las posibilidades de este rostro digital, me aproximaré a la efigie de Zagreo, protagonista de *Hades* (2020) de Supergiant Games. En sus facciones se encuentra un referente clave: allí se cifra el sentido de su aventura, su identidad, su mito de origen y su relación con el mundo que habita y por el que nos desplazarnos mientras jugamos. Por tanto, propondré de qué modo, a partir de la imagen del rostro de Zagreo como signo, deviene el sentido de la experiencia lúdica de *Hades* (2020), sobre todo a partir de lo que denominaré la máscara posantigua. ¿Qué implica? ¿Cómo podría hablarse de una máscara posantigua? La máscara señala el lugar que como jugadores asumimos al entablar un vínculo con Zagreo, avatar principal, en el momento en que inicia nuestro proceso inmersivo. De tal manera, primero daré cuenta de la noción de lo posantiguo, concebida como remediación, para después introducir algunas ideas sobre la remediación del mito de Zagreo y la concepción de máscara, que aquí se comprenderá como hilo conductor de la experiencia lúdica en *Hades*. Finalmente, y a partir de la noción de embodiment, gameworld y repetición, daré cuenta de cómo la imagen de la máscara puede interpretarse como mediadora en la experiencia indivisible entre el jugador y lo jugado. Vale decir que estas reflexiones parten de mi propia experiencia como jugadora, desde la que medito sobre la resignificación lúdica del mito.

2. LO POST-ANTIGUO COMO REMEDIACIÓN

Bakogianni (2016) señala que las distintas obras que representan y reinterpretan lo antiguo no retornan a aquel tiempo y tradición como si fueran realidades invariables destinadas a conservarse intactas. Por el contrario, se trata de experiencias que interpretan lo histórico y lo mítico con el propósito de dialogar con ellos, de reimaginarlos, considerando siempre la fusión entre múltiples imágenes del pasado y del presente. En este sentido, lo que se presenta a través de la interfaz no persigue exactitudes ni reconstrucciones fidedignas; más bien, propone un regreso a escenarios, personajes, conceptos y estilos de la Antigüedad para configurar nuevos imaginarios que reinterpreten la tradición grecolatina. Clare (2021) ha denominado este peculiar modo de figuración como posantigüedad.

Ahora bien, podría pensarse en lo posantiguo como una forma de remediación. Bolter y Grusin (2000) sostienen que esta noción implica el traslado de una imagen, un texto o cualquier modo de expresión de un medio a otro, con la consecuente variación en su formato. En ese tránsito, el elemento remediado adquiere nuevas connotaciones que redefinen tanto su propio sentido como el del medio en el que acontece. En cada uno de estos desplazamientos prevalece una búsqueda: promover un sentido de “realidad” —no entendido en términos metafísicos—, donde emergen los códigos propios del medio y las diversas experiencias de quienes se aproximan a él.

La noción de lo posantiguo se revela, entonces, como una “realidad” que asienta sus bases en una amplia línea de estudios sobre la recepción de la tradición clásica a lo largo del tiempo (Hardwick & Stray, 2008). Este modo de aproximarse a la antigüedad se manifiesta a través de múltiples formatos y disciplinas —libros, películas, cómics, series, redes sociales y, por supuesto, en los videojuegos (Lowe, 2009; Serrano Lozano, 2020)—, un fenómeno de réplica que Martindale (2006) denomina como materiales posclásicos que responden a las imágenes de figuras históricas, dioses, héroes y diversas criaturas que, si bien toman como punto de partida una tradición, no se limitan a ella, sino que se reponen adquiriendo nuevas cualidades y, además, generando múltiples versiones de una misma historia a través de distintos medios (Barthes, 1999)¹. Por supuesto, no me detendré a dar cuenta de los diversos formatos y modos en los que esto se ha hecho presente en la cultura contemporánea y especialmente en los medios audiovisuales (Lowe

¹ En el caso de los mitos, esta condición variable les es inherente, en tanto que, como señalaba Barthes, podríamos pensar en los mitos como un habla que encontramos en diversas formas de escrituras y representaciones de la contemporaneidad como el cine, los espectáculos, la publicidad, los videojuegos. Baste pensar, por ejemplo, en las múltiples versiones que conocemos, ya en la antigüedad, de distintas figuras. Así, ponemos los ejemplos de Prometeo (Hesíodo, *Teogonía*, 528 ss.; *Trabajos y días*, 48 ss.; Esquilo, *Prometeo encadenado*; Platón, *Protagoras*, 320d–322a; Píndaro, *Olimpicas*, 3; Pausanias, *Descripción de Grecia*, I, 30, 2, entre otros), de Heracles (Homero, *Ilíada* II, 653 y ss.; *Odisea* XI, 601; Higino, *Fábulas* 31, 32, 72; Hesíodo, *Teogonía* II, 507–543; *Escudo de Heracles*; Eurípides, *Heracles*; Sófocles, *Las traquinias*. Del mismo modo, podemos encontrar alusiones a la obra hoy perdida de Pisandro de Cámiros en G. Kinkel, *Epicorum graecorum fragmenta*, 1878) y de Edipo (Sófocles, *Edipo Rey*; Antígona; *Edipo en Colono*; Eurípides, *Las fenicias*; Higino, *Fábulas*, 67; *Odisea* XI, 271 y ss.). Por ello es que no podemos hablar de una característica inamovible y, mucho menos, podríamos referirnos con exactitud, como ya lo planteaba Kirk (2002), a una forma original y primaria de un mito, sino que siempre se han concebido en devenir.

& Shahabudin, 2009; Tutrone, 2015; Pomeroy, 2017). Más bien, precisaré algunos detalles en el marco de los videojuegos.

Así pues, y en consonancia con este sentido de la remediación, cuando Clare (2021) alude a lo posantiguo, lo hace no solo para dar cuenta del modo en el que se vuelve sobre la cultura y el pensamiento grecolatino en los videojuegos, sino que también alude a cómo dichos discursos pueden repensarse sin que ello suponga una manifestación historicista y arqueológica (Rollinger, 2020), teniendo presente cómo lo recibe el jugador. Este reproponer de lo antiguo, teniendo en cuenta la interacción lúdica entre el jugador y lo jugado, ha llevado a que se conformen, incluso, dos categorías de juegos vinculados al mundo clásico de Grecia y Roma, como sostiene Lowe (2009). Por una parte, los llamados *empire building games*, que simulan el contacto, a menudo militar, entre locaciones históricas y, al mismo tiempo, tienen un importante énfasis en la estrategia de combate, administración y construcción. Por otra parte, los *hero based games*, a menudo de inspiración mitológica que llevan al jugador a través de una narrativa como un protagonista bien definido. Estos, en particular, se circunscriben al género de los *Role Playing Games* (RPG). Cada una de estas tipologías propone, como bien argumentan Vandewalle (2019) y Hatlen (2012), modos de acercarse al mundo clásico.

Estas dos grandes categorías mencionadas las considero, a su vez, formas de remediación, donde se incurre en un doble proceso en el que el nuevo medio, el videojuego, se apropia de las convenciones de medios más antiguos como el cine, la televisión, la literatura y la tradición histórica² (Rollinger, 2020), pero, a su vez, intenta distinguirse de ellos para demostrar su novedad permitiéndose aspectos que no están contemplados en el medio anterior, como, por ejemplo, la interactividad (Ivănescu, 2019). Por tanto, siguiendo a Bolter y Grusin (2000) este modo de referir se concibe, en el contexto de la remediación, como una hipermediación, en tanto que los videojuegos que estoy nombrando como posantiguos tienen importantes intertextualidades con los medios mencionados. Así, casos como *Rome: Total War* (2004), *Age of Mythology* (2002), *Apotheon* (2015) o *Grepolis* (2009) hacen referencias directas a obras literarias o filosóficas de la Antigüedad. Al mismo tiempo, se retoman estilos pictóricos, como el de las cerámicas en *Apotheon* (2015) o la reconstrucción de obras arquitectónicas, como en *Assassin's Creed: Odyssey* (2018). O bien alusiones a mitos que han sido abordados ampliamente en el cine o en series, como en *The Rise of the Argonauts* (2008) o incluso el estilo de videojuegos del estilo de *Civilization* a *Age of Mythology* (2002) o *Total War* saga.

Metzger y Paxton (2016), por ejemplo, proponen un conjunto de características que precisan los modos en que suelen remediarse los clásicos en los

2 La presencia de estos elementos antiguos en expresiones contemporáneas es lo que se denomina como *popular antiquity*. Clare (2021) lo propone en estos términos: "Popular antiquity must be considered as corresponding to a different form of intellectual climate, one concomitant with our pop-cultural, digital 'age', and one reflective of the diverse, barely tangible knowledges moving in and out of interpretative processes like gameplay. We may therefore use this model to define popular antiquity as something like a living, breathing cultural entity that is always dynamic in nature, co-created and managed by all who engage with it" (p. 32).

videojuegos: por una parte, se retoma, glorifica y, a la vez, se critica el pasado; por otro lado, se presenta una imaginación compuesta, que mezcla elementos de diferentes períodos de tiempo, también es común que se vincule la mitología con la historia. Finalmente, se busca legitimar el juego añadiendo, por ejemplo, información enciclopédica o alusiones directas a obras literarias o filosóficas para proponer al juego más allá del entretenimiento.

De esta manera, al referirse a los imaginarios posantiguos en los videojuegos, se consideran algunas características, como, por ejemplo, la presencia de personajes que, tanto en sus acciones como en su propia representación, evocan referencias de la tradición clásica. Esto se puede apreciar, por ejemplo, en la propia figura de Zagreo en *Hades* (2020), de quien hablaré más adelante; también en el caso de Kratos en la saga *God of War* (2005 y ss.). Al mismo tiempo, podemos encontrarnos con lugares antiguos readaptados a los mundos posibles de lo digital, como la Atenas que visitamos en *Assassin's Creed Odyssey* (2018); los diversos espacios recorridos por los viajeros de la nave Argos en *The Rise of the Argonauts* (2008) o los mapas que nos ofrece *Total War Saga: Troy* (2020) o su edición *Rome: Total War* (2004). Asimismo, la post-antigüedad se vislumbra en el hecho de retomar personajes de la tradición para reproponerlos, como ocurre con la figuración de Sócrates, Pericles, Arquidamo II de Esparta o Pausanias en *Assassin's Creed Odyssey* (2018) o de los dioses en sus múltiples versiones en distintos juegos como *Immortals Fenyx Rising* (2020), *Hades* (2020), *God of War* (2005 y ss.), *The Battle of Olympus* (1988) o *Dawn of Defiance* (2024). Por último, y como mencioné en líneas anteriores, también es común que se presenten citas o intertextualidades de obras literarias o filosóficas.

3. ZAGREO: EL MITO COMO REMEDIACIÓN

Barthes (1999) sostiene que “el mito constituye un sistema de comunicación, un mensaje. Esto indica que el mito no podría ser un objeto, un concepto o una idea; se trata de un modo de significación, de una forma” (p. 108). Así, entendido como un modo de significación, el mito se presenta como un sistema de codificaciones que dan sentido, que establecen estructuras de pensamiento, de existencia. Por ello, no implica un objeto o una idea en concreto, sino la forma en que se significa. Asimos (2019), de hecho, afirma que la presencia de mitos en los videojuegos configura los distintos niveles que los conforman, incluyendo las normas, el mundo del juego, la caracterización de los personajes y la agencia. Por tanto, la historia de Zagreo, interconectada con otros relatos de la mitología griega, se convierte en una significación que va a dar forma al mundo de *Hades* (2020) y a toda su dinámica lúdica.

Así, el contexto mítico de este juego implica una remediación de distintos referentes que conforman dicho imaginario, en tanto que, por una parte, figuran los dioses olímpicos, las divinidades ctónicas, así como distintos seres

míticos como el Minotauro, las Erinias, los sátiros, entre otros. Por otro lado, coexisten diversas historias clásicas de la mitología griega, como el mito de Deméter, Perséfone y Hades, el de Sísifo, Orfeo y Eurídice, Aquiles y Patroclo, etc., que han formado parte de las narrativas de dicha tradición y que permiten al jugador familiarizarse con el lore³ (Cameron, 2024). No me centraré aquí en conformar un catálogo de vínculos con la tradición, sino que procuraré dar cuenta de la figura de Zagreo y de algunos puntos fundamentales de su recorrido.

En tal manera, los trazos de lo post-antiguo en *Hades* (2020), sin duda, están marcados por Zagreo, una figura del orfismo vinculada con el mito del surgimiento de la raza humana (Edmonds, 1999). Zagreo se propone como la imagen que entrelaza lo mortal con lo inmortal, el inframundo con el contexto de los dioses olímpicos y, asimismo, con el mundo de los vivos. En el marco de la tradición órfica, el nacimiento de Zagreo acontece a partir de la unión de las cenizas de los titanes y de lo que queda de su primera encarnación (Bernabé, 2008; Calame, 2004). Ya desde antiguo, son diversas las versiones acerca de sus padres, en tanto que en algunas es señalado como hijo de Hades y Perséfone (Esquilo frag. 5; 228, parte del Sísifo, obra perdida) y en otras como de Zeus y Perséfone (Nono de Panópolis, *Dionisiacas*, 5. 565; Diodoro Sículo, III, 62; 64; Ovidio, *Metamorfosis*, 6. 114; Clemente de Alejandría, *Protrepticus*, 2. 18; Calímaco, frag. 43. 117 Pfeifer). En el caso concreto de *Hades* (2020), *Supergiant Games* nos da a conocer la variante que propone Esquilo. Asimismo, García-Gasco Villarrubia (2007) insiste en que uno de los rasgos que define la figura de Zagreo, en todos los casos, es su condición de divinidad subterránea y, además, sus estrechos vínculos con Perséfone, perfil que mantiene en el videojuego.

Ahora bien, podemos rastrear los orígenes de Zagreo en los fundamentos míticos del orfismo⁴ (Guthrie, 1970; Sabbatucci, 1965), precisamente en el relato cosmogónico de la raza humana⁵. Hay que decir, además, que el nombre “Zagreo”, de inmemoriales orígenes cretenses (Kerényi, 1994), está vinculado, en buena medida, al de Dioniso. Dicha figura, pues, resulta sumamente controversial entre los estudiosos de la tradición mítica órfica, en tanto que durante

3 Siguiendo la concepción de Anderson (2019) y Wolek (2022), el lore en los videojuegos se define como un conjunto de elementos narrativos y contextuales que, aunque no siempre forman parte de la trama principal, enriquecen el universo del juego y le otorgan una profunda sensación de historia y cohesión. A diferencia de la narrativa lineal del argumento, el lore es presentado de forma fragmentada y dispersa a través de textos, diálogos opcionales, notas, objetos o incluso el diseño del entorno, lo que requiere que el jugador lo descubra y lo interprete activamente. De este modo, según Wolek, el lore fomenta la inmersión y la participación del jugador, mientras que, para Anderson, se convierte en un metarrelato que da sentido a las acciones y eventos del presente del juego, construyendo así una cosmogonía más compleja y creíble.

4 Con respecto al orfismo, Detienne (1982) apunta que “es una secta que pone en tela de juicio la religión oficial de la ciudad. En particular, a dos niveles: uno de pensamiento teológico, otro de prácticas y comportamientos. El orfismo es fundamentalmente una religión de libro, más bien de textos, con las cosmogonías, teogonías e interpretaciones que éstas no dejan de engendrar. En lo esencial, toda esa literatura parece elaborada contra la teología dominante de los griegos, es decir, la de Hesíodo y su Teogonía” (p. 133).

5 Aunque hay voces como las de Edmonds (1999) que señalan que, en realidad, el mito del Dioniso Zagreo es una invención posterior, del siglo XIX.

siglos se ha mantenido latente su situación ambigua con respecto a Dioniso, considerándolo, según las Rapsodias, como Dioniso Zagreo, el que ha nacido varias veces.

En esta manifestación digital, Zagreo es representado como el dios de la sangre de las divinidades y de la vida, puesto que es a la vez ctónico y olímpico, por su filiación con Hades y Perséfone. Por tanto, Zagreo tiene una naturaleza híbrida que se revela particularmente por un rasgo distintivo en su rostro: la heterocromía de sus ojos. Con el avanzar de la partida, tal característica se va haciendo más definitiva y nos revela varias cosas: primero, su postura fronteira, por una parte, con el mundo de los muertos a razón de su ojo rojo, y con el mundo de los olímpicos por su ojo verde, lo que refleja las distintas relaciones y genealogías que vamos trazando con él a lo largo del juego. Segundo, también este elemento de su doble naturaleza nos permite comprender en qué consiste su viaje, tanto por el punto de partida, que está en el inframundo, como por el punto de llegada, donde está Perséfone. Por ello, su efigie se revela como una suerte de mapa del juego, de cómo debemos asumir el rol que nos corresponde desempeñar y, en la misma medida, un reflejo de una tradición de raíces muy profundas en las que, de alguna manera, participamos.

¿De qué manera puede analizarse la presencia de Zagreo como remediación en el marco de *Hades* (2020)? Siguiendo a Bolter y Grusin (2000), la remediación es un fenómeno inseparable de la mediación de la realidad, por lo que, en el caso de Zagreo —como de cualquier otra figura de la mitología— el personaje es tomado de un medio previo, como el mito con sus diversas versiones, y trasladado a una experiencia lúdica en la que los jugadores no solo reconocen su historia, sino que también la viven a través del juego. Esto también entra en el marco del proceso de la remediación, puesto que, por una parte, se da la inmediatez en la que el mito ha sido adaptado y nosotros nos integramos a su ámbito en el juego (Clare, 2021; Asimos, 2019; Plate, 2010), pero, a su vez, se entra en el campo de la hipermediación (Bolter & Grusin, 2000) de las diversas conexiones entre las versiones del mito de Zagreo y de los mitos que se van a ir entrecruzando a lo largo del juego, que le dan forma total a la historia.

Si bien Zagreo no es una figura común de la mitología griega, se hace presente en el videojuego teniendo en consideración varios aspectos del mito, como el hecho de ser hijo de Hades y Perséfone, su hábitat en el inframundo, las alusiones a su muerte y renacimiento cuando era un bebé y la confusión con la figura de Dioniso⁶. Estos elementos se revelan como experiencias que se despliegan a lo largo del juego, donde el jugador se reconoce en sus acciones

⁶ En el juego, por su parte, prevalece la problemática ambigüedad entre Zagreo y Dioniso. Ello se destaca, en particular, a razón de un encuentro entre ambos. Allí, Dioniso le pide a Zagreo que le juegue una broma a Orfeo, quien se desempeña como músico principal que anima la casa de Hades. El engaño en cuestión consiste en hacerle creer que existe una conexión entre ambos. Al tomárselo en serio, Orfeo compone el Hymn to Zagreus, en el que se canta el nacimiento de Zagreo, el ataque de los titanes y su posterior resurrección (Supergiant Games, 2019). El himno, véase: <https://youtu.be/3DKiFCQQcFs?si=ue64b5bSGNKsk2kF>

(Hammond, 2020). Todo esto de lo que se está dando cuenta es un guiño a lo enunciado por la tradición y las distintas versiones de los mitos órficos que se han dado desde el siglo IV a.C., como lo vemos en los fragmentos recogidos por Bernabé (2003), Colli (2008) y Jones (2022). En este sentido, el avatar de Zagreo, entendido como remediación, se nos presenta como una máscara que cada jugador asume, para ser a su vez remediado por el mito, mientras que el mito también es remediado en el proceso lúdico.

4. LA MÁSCARA DE ZAGREO

Como enunciaba anteriormente, resulta interesante pensar en el rostro de Zagreo como un mapa, puesto que el objetivo del juego consiste en intentar escapar del Hades constantemente, atravesando distintas mazmorras y niveles, con la finalidad de reencontrar a Perséfone y reconstruir, junto a Zagreo, los fragmentos de su historia. Por tanto, se trata de desplazamientos que se dan entre el inframundo y la tierra, con ayuda de los dioses olímpicos. Esto se refleja en la propia faz de Zagreo, tal como se ha descrito antes. La noción de la máscara resulta una metáfora pertinente para dar cuenta del complejo fenómeno de la interacción en el que, como jugadores, tomamos el lugar de Zagreo a partir de la lógica del juego, de la integración y saber del mito y, a su vez, en la participación de las mecánicas lúdicas. Participamos, pues, en un proceso de mimetización con la máscara en el que asumimos en el juego otra identidad (Caillois, 2001). En tal sentido, la máscara de Zagreo, como se analizará a continuación, se puede leer desde la condición de una remediación del mito que puede ser pensada desde dos puntos de vista: por un lado, como remediación del jugador (*embodiment*) y, por otro, como remediación del propio mito a través de la composición del mundo del juego (*gameworld*) y el fenómeno de la repetición. Todos estos puntos, pues, se reúnen en el sentido de la agencia.

4.1 Máscara como *embodiment*

Una máscara implica que una efigie reemplace a otra; sin embargo, debajo de ella permanece un rostro que se identifica con la cotidianidad de la persona (Beltin, 2017; Viola, 2023). Ahora bien, ¿por qué he querido hablar de máscara, si Zagreo no está enmascarado? En realidad, he elegido tal término para dar cuenta de lo que supone la experiencia lúdica en tanto que interacción, que puede tomar como referente principal un rostro para mostrar en una pincelada los caminos que aguardan dentro del juego. Beltin (2017) refiere que “the face is not merely an image but also produces images” (p. 21), por lo que mi intención al analizar la figuración de Zagreo no se limita a su rostro como elemento identificador, sino que también apunta a la producción de imágenes que emergen de nuestra experiencia lúdica al encarnarlo, reflejadas directamente en sus facciones, en todo lo que implica la actividad que asumimos cuando tenemos

el rol protagónico en el género de los RPGs (Connell & Comerford, 2024). Por ello, esta producción de imágenes se conforma a partir del entretreído de experiencias que marcan el tránsito de Zagreo y que marcan los continuos ascensos y descensos al inframundo.

A lo señalado anteriormente acerca de lo posantiguo, habría que añadir un punto fundamental indicado por Clare (2021) que implica directamente al jugador, puesto que “the player, when playing, is (semi-) consciously collaborating with this fictional universe, an abstract realm where these signifiers ‘live’, as they interpret, remember and engage with the game” (p. 31). De tal manera, el jugador ocupa un lugar central en la posantigüedad, en tanto que se presenta como colaborador principal para que todo aquello sea posible, para que los “materiales posclásicos” (Martindale, 2006) cobren sentido, pues los jugadores interpretan, recuerdan, toman decisiones, siendo la razón de existencia del juego. En efecto, se trata de que estos significantes “vivan” en la medida en que nosotros ejercemos nuestra agencia⁷, en que formamos parte de la significación del mito (Barthes, 1999). Asimos (2019), igualmente, lo propone en el caso de los mitos en los videojuegos: “The player, in the case of the video game, is the performer of the video game’s myth, and this direct interaction with the narrative lends itself to demonstrating how player agency informs the actual experience of the myth” (p. 94). Esa peculiar forma de vida y de experiencia se construye a través de la agencia acordada en un pacto ficcional (Eco, 1993; Searle, 1975) y que puede sostenerse por medio de una reciprocidad:

Yet “play” still depends on rules, and games which participate in the classical tradition do in fact retain a powerful role *in shaping the player’s perceptions of antiquity*. Their distinctive characteristic as games is that they require input from the player, but —importantly— this input is itself modified by the requirements of the game. For example, when the object is to raise an army in order to overrun the enemy’s territory, the player “learns” how this is done through the continuous feedback of successful or unsuccessful consequences to their actions. This “learning” could also be seen as “being trained”. While in many cases encouraging a degree of experimentation, this goes beyond the powers of other media to encourage a particular “worldview. (Lowe, 2009, p. 83)

Estas palabras de Lowe proponen un elemento fundamental: el jugador no es el único que actúa, sino que también es orientado por el propio juego para aprender, asuma determinadas actitudes ante particulares circunstancias a las que se va a ir enfrentando a medida que va avanzando en su proceso lúdico (Frasca, 2003). En tal modo, más allá de seguir unas normas o unas mecánicas,

7 La noción de agencia (agency) constituye uno de los pilares en la teoría de los videojuegos. Nguyen (2023) propone que implica un proceso compuesto por los objetivos, las normas y el ambiente del juego. Todos estos elementos son pensados por los diseñadores con el objeto de crear en el jugador la conciencia de sus movimientos, mecánicas y diversidad de capacidades, componentes claves para el desarrollo del juego. De tal forma, la agencia concibe la presencia del jugador en el marco del juego. Igualmente, Domsch (2013) da cuenta de ello como las distintas modificaciones que el usuario puede hacer al introducir una entrada.

se trata de adaptarnos e integrarnos a ese worldview al que el juego nos incorpora. Entonces, el juego nos modela e incorpora a las condiciones de su posantigüedad (in shaping the player's perceptions of antiquity). En el caso de *Hades* (2020), por ejemplo, desde un principio ni Zagreo ni nosotros conocemos la razón por la que quiere escapar del Hades. Solo sabemos que se siente diferente y que necesita huir. Es al cabo de unas cuantas derrotas que descubrimos que Nyx no es su madre, sino Perséfone. Poco a poco, junto a él, vamos encontrando más indicios, reconociendo a los dioses olímpicos que, en la distancia, lo asisten. Comprendemos para qué sirven los amuletos y los distintos recursos que conseguimos tras cada batalla, así como el funcionamiento de cada arma y su eficacia en cada intento de escape.

Todos estos elementos que dan cuenta de la historia y de las posibilidades del mundo del juego se relacionan con un proceso de adaptación que podría considerarse, incluso, una remediación en el propio jugador, pues pasa de estar en su cotidianidad para adentrarse, en el momento de la interacción, a otra realidad, a otra simulación (Bolter & Grusin, 2000). Así, esta remediación que acontece en el jugador se logra, en particular, a partir de la conformación del lore de la historia y, por supuesto, por los distintos modos de interacción que se van aprendiendo en el desarrollo de la partida a través de las mecánicas y del mundo del juego⁸ (Bezchotnikova & Bezchotnikova, 2018).

Nuestra relación con la máscara digital, a través de la presencia del rostro de Zagreo, comprende una hibridación de movimientos que se expresan por medio de la conexión con la interfaz, con la disposición para interactuar (Tannenbaum & Bizzocchi, 2009), con el mundo del juego, con el mito y, propiamente, la imposibilidad de establecer límites entre una identidad “de carne y hueso” y una digital (Barbotto, 2021). Así, al usar el mando —si por ejemplo jugamos en una PlayStation 4, como ha sido mi caso— adaptamos nuestra motricidad para aprender a atacar con mayor eficiencia, mientras comprendemos el valor de recaudar llaves ctónicas, gemas de oscuridad, poseer amuletos, entregar néctar a los dioses y aprovechar la ayuda de Dédalo, entre otras acciones, y reconocemos cada vez más la influencia modeladora del mito. Es este el worldview que se va construyendo, desde la mirada de Lowe (2009), que traza en nosotros otras perspectivas de mediación en las que nos descubrimos también mediados por el juego y sus significantes (Bolter & Grusin, 2000; Barthes, 1999).

Por estas razones, me pregunto: ¿dónde termina el avatar y dónde inicio yo en la experiencia del juego? ¿Hasta qué punto, en el proceso de jugar, las facciones de Zagreo no son las que yo encarno cuando tengo el mando en mis manos? De allí que el modo en el que se plantea el proceso interactivo, a partir

⁸ Salen y Zimmerman (2004) describen las mecánicas como el núcleo de la jugabilidad, el conjunto de reglas que crea los desafíos y oportunidades para el jugador. La combinación de estas reglas es lo que determina el flujo y la dinámica de un juego, que se integran, a su vez, con la narrativa, estética y el sonido. Todo ello, como dice Schell (2008), constituye los verbos del juego que determinan la experiencia, en tanto que las acciones que el jugador puede realizar y, también, a las reglas que siguen estas acciones.

de la relación con el rostro de Zagreo, supone el acto de conocer las diversas maneras desde las que vamos trazando en la complejidad de la hibridación nuestra máscara como jugadores que encarnan su figura. Por supuesto, referir a la máscara no tiene aquí una propiedad material, sino que hablo de ella bajo los agenciamientos que asumimos a lo largo del proceso lúdico (Caillois, 2001). Voces como las de Laurel (2014) y Cappelletto (2025) establecen un paralelismo entre la teatralidad y lo digital para dar cuenta de este complejo involucramiento en el que se hace indescifrable la relación entre el jugador y lo jugado. D'Armenio (2023), por ejemplo, indica que el proceso inmersivo que acontece cuando tomamos el lugar protagónico en un videojuego implica un hecho similar al que ocurre cuando un actor interpreta el papel de un personaje:

The actor therefore lends part of his or her idem-identity dispositions to the fictional character. The fictional character, on the contrary, is a narrative identity, one already endowed with a closed path of transformation with values of departure and arrival. In short, *the fictional character in the script is already a virtual mediation between the idem and ipse and is capable of building a unitary identity. The mimetic projection of the actor, together with the narrative mediation of the script, allows to build this transformation, in which the face and the body of a person build a rich, dynamical, and narrative identity. We could qualify this process as the donning of a fictional mask by the actor, worn on the face (and body).* (p. 70; cursivas añadidas)

Esta cita de D'Armenio permite comprender que lo vivido, tanto por el actor como por el jugador, puede leerse como un acontecimiento mimético, que ocurre tanto por la proyección del propio jugador como por el sentido de significación de la narrativa. En el momento de la representación dramática, así como cuando entramos en contacto con la interfaz, se produce la transformación, deshaciéndose los límites entre el yo, en tanto persona (Mattoon, 1981; Vázquez, 1981), y el avatar. ¿En qué punto podrían separarse en medio de una partida? Zagreo, por tanto, es aquello que somos en el instante en que interactuamos con la interfaz del juego. Aun así, no todos encarnarán al mismo Zagreo, ya que cada jugador asumirá esta máscara desde una perspectiva propia, llevando las partidas a su ritmo y tomando decisiones personales, pero bajo una misma máscara que conecta a todos a través de la interfaz de los controles y de la pantalla (Parisi, 2011).

Por ello, elegimos el modo en el que queremos llevar adelante la partida, ya sea en el Modo dios o en el Modo infierno⁹; decidimos cuál de las bendiciones de los dioses resulta más conveniente para perfeccionar nuestras técnicas de

⁹ El "Modo dios" y el "Modo infierno" son dos ajustes de dificultad desde los que podemos adentrarnos a un ciclo de Hades. En el primero, se busca facilitar el progreso de los jugadores, pues se le otorga a Zagreo una reducción del daño del 20% al activarlo, y que va aumentando progresivamente en un 2% con cada intento fallido de escape, hasta llegar, como máximo, al 80%. El segundo implica una dificultad más alta. Desde el principio se da el "Pacto de Castigo", un sistema de modificadores que aumenta la dificultad del juego con mayor cantidad de enemigos que son más fuertes. Véase: https://hades.fandom.com/wiki/God_Mode

combate y asegurar el ascenso, qué recuerdo elegimos para mejorar nuestras habilidades, a quién le otorgamos el néctar, cómo completaremos el Códice del Inframundo. Todos estos factores, junto con la disposición del jugador a permanecer más tiempo en cada jugada, determinan nuestra experiencia, nuestra convivialidad dentro del juego y, propiamente, el desarrollo del mito.

¿Y qué es lo que hace, propiamente, que cada jugador asuma esta disposición teatral frente al juego? Me atrevería a decir que es, justamente, el mito el que ofrece esa posibilidad de conectar con la narrativa (Asimos, 2019; Delattre & Augier, 2010), de que podamos asumirnos como Zagreo. Lo mítico no es simplemente la “narrativa” del juego, sino que pasa a ser la forma y sentido de todo lo que se vive. Por ello, como lo refrendan Clare (2021), Asimos (2019) y Cusack (2013), el jugador es el actor del mito y el hecho de jugar en sí mismo se presenta como una manera de formación y existencia en lo mítico (Colombani, 2019). Este proceso, en líneas gruesas, participa de la noción del embodiment (Bukatman, 1993; Lahti, 2003), que supone, según Ash (2015), Graziani (2010) y Genvo (2005), la combinación de una rápida oscilación de la actividad cognitiva y el gesto corporal automático; de modo que nos encontramos integrados, contribuyendo activamente en la conformación de la trama del relato (Martínez García & Gómez Aguilar, 2015; Brent, 2010).

Esto se comprende en la forma en que se experimenta la dinámica general lúdica de *Hades* (2020). Así, el jugador tiene la posibilidad de intervenir en dos modos principales: alcanzar las diez victorias sobre Hades para cumplir con la propuesta central del juego, o bien integrar este objetivo con el fortalecimiento de un conjunto de relaciones, lo que permite enriquecer significativamente la inmersión en el desarrollo del mito. Esto ocurre, por ejemplo, en el involucramiento con las historias de Aquiles y Patroclo u Orfeo y Euridice. La elección de promover estas relaciones a través de conversaciones y regalos que se pueden recolectar determina, entonces, la narrativa. En tal modo, Zagreo puede reparar su relación con Nyx, descubrir el alcance del agotamiento de su padre y sus afectos también a través de otros personajes, como indican Junius, Kreminski y Mateas (2021) y Quero (2020). Al elegir caminos distintos con cada partida, los jugadores ejercitan con sus decisiones un sentido de agencia, como lo proponen Thue et al. (2010). Por ello, como ha señalado Nazeem (2023), tener 10 partidas perfectas desde el principio resultará en un juego parcialmente completado, mientras que cincuenta partidas fallidas con diez exitosas desbloquearán una parte mucho más extensa de la narrativa.

La máscara, precisamente, puede ser leída, en el marco del proceso interactivo, como una agencia estrechamente vinculada con la presencia del mito, que se constituye a partir de los indicios que se nos van revelando sobre Perséfone, los orígenes de Zagreo, los comentarios que van haciendo los olímpicos con respecto a asuntos familiares, así como de la relación entre Hades y Perséfone y, por supuesto, por los comentarios del dios del inframundo. Nguyen (2023)

sostiene que, al jugar, asumimos una forma alternativa de agencia, puesto que establecemos nuevos objetivos, aceptamos diversas habilidades y nos dedicamos en modos diversos a ejercitar nuestra agencia. Por ello, a medida que nos integramos al mito, nuestra agencia adquiere dimensiones que solo se comprenden en relación con lo que el mito establece y permite.

Así, la máscara de Zagreo es nuestro embodiment en Hades. Aquí se pone sobre la mesa un problema mayor que apenas estoy delineando, en tanto que no podemos afirmar con total seguridad que estamos dando cuenta de algo material o de algo inmaterial, sino que se trata, como proponen Gualeni (2021) y Krebs (2023), de distintas ontologías a las que nuestra relación con la tecnología nos abre, permitiéndonos otros horizontes. Barbotto (2021), en particular y a razón de este asunto, habla de la figuración de rostros digitales como encarnaciones y no como una mera pintura o representación. Llama la atención el uso de este término, en tanto que no solo refiere a un rostro concreto, sino al fenómeno del embodiment, que implica una carnalidad digital que va más allá de la imagen concreta de una efigie, como lo estoy exponiendo en esta investigación, sino que aquí el rostro y, por tanto, la máscara, son gestos, acciones, decisiones que van dando cabida a una identidad en lo digital que se diluye, que no refiere a una imagen concreta, sino a la unidad interconectada de acciones (Bolter & Grusin, 2000). Por tanto, cuando pongo de manifiesto el hecho de que la máscara va más allá de una imagen concreta del rostro de Zagreo, también cuestiono la unicidad de ese rostro, para, más bien, dar cuenta de la pluralidad de signos que una misma representación trae consigo, como suscribe Belting (2017), en tanto que el rostro no es solamente una imagen, sino que también es un productor de imágenes. En particular, el rostro digital amplía más esta condición camaleónica de la diversidad, de las múltiples encarnaciones (Leone, 2018).

4.2 La máscara como *gameworld*

El mundo del juego (*gameworld*) de Hades (2020), al mismo tiempo, se ofrece como un conjunto de imágenes que se desprenden del propio sentido de la máscara, pues el rostro de Zagreo no solo da muestra de una codificación de su genealogía, de sus vínculos, sino que también refleja los distintos ambientes que conforman el juego. Recuérdese la alusión a su ojo rojo y a su ojo verde, que son signos de la vida en el inframundo y en la tierra, así como también de su relación con los dioses olímpicos (Morgan, 2020). El mundo de Hades (2020) se propone desde el inicio de la partida como un escenario en constante transformación que se expande a través de su topografía y por medio de los vínculos que vamos estableciendo en los reinicios de cada sesión lúdica, fenómeno típico en los *roguelikes*¹⁰. Todo ello cobra sentido y lo descubrimos a través de Zagreo.

Vale mencionar que su geografía está constituida por el palacio del

¹⁰ La explicación al respecto se ofrece en el próximo apartado.

inframundo, las distintas estancias y calabozos que integran cada bioma del subsuelo —el Tártaro, los Asfódelos, los campos Elisios, el templo del Estigia— y, por supuesto, por la tierra de los mortales, lugar en el que se encuentra Perséfone y al que debe acudir Zagreo para reencontrarse con ella y hacer que, por fin, regrese con él a la morada del rey de los muertos (McCracken, 2025). Estos espacios implican una reinterpretación de las imágenes tradicionales del inframundo griego, sobre todo en el imaginario poshomérico (Baleriaux, 2016).

El conjunto de lugares se plantea como una suerte de escala ascendente que va acercándonos cada vez más al sitio en el que está Perséfone. Allí se manifiestan el inframundo y la tierra, con la intervención de los dioses olímpicos a lo largo del trayecto. Junto a las distintas mazmorras, se puede sostener que la forma del mundo, a su vez, se va modelando a través de las antiguas y famosas armas infernales de Zagreo, que son garantes de nuevas recompensas y de otras interacciones por parte de los dioses¹¹; así como por los dones otorgados por los dioses olímpicos y las negociaciones con Caos. No puedo dejar de lado, al mismo tiempo, la conformación de la memoria mítica que vamos construyendo en el Códice del Inframundo, que se enriquece con cada conversación. Este espacio de la interfaz resulta fundamental para conocer las historias de las distintas figuras que nos salen al paso y, a su vez, proporciona pistas sobre las decisiones que podremos tomar a futuro (Vandewalle, 2024).

4.3 La máscara a partir de la repetición

Los juegos del tipo roguelike responden a una categoría cuyo nombre literalmente significa que son “como Rogue”, un juego desarrollado en 1980 por Glenn Wichman y Michael Toy, estudiantes de la UC Santa Cruz. La definición canónica de lo que constituye un roguelike fue formalizada en la International Roguelike Development Conference de 2008, conocida como la “Berlin Interpretation”. En ella, se establecieron nueve criterios que caracterizan este tipo de videojuegos: generación de ambientes aleatorios; partidas basadas en turnos; a su vez, el espacio se representa mediante una cuadrícula uniforme de casillas, donde cada participante del mundo del juego ocupa una: uso permanente de las mismas habilidades; alto nivel de complejidad; gestión de recursos; exploración y descubrimiento; Hack’n’slash¹² y la inclusión de la permadeath¹³ (Hamill, 2021; Harris, 2020).

11 Se trata de las armas infernales, que, según la historia del juego, corresponden a las que usaron los dioses olímpicos para derrotar a los titanes. Estas se van desbloqueando a medida que se van consiguiendo llaves ctónicas. Son, en total, seis armas que pueden intercambiarse al inicio de cada viaje: Estigiana (espada del inframundo), Varatea (lanza eterna), Égida (escudo del Caos), Coronacto (arco clavacorazones), Malfon (puños gemelos) y Exagrifo (cañón adamantino). Véase: https://hades.fandom.com/es/wiki/Armas_Infernales

12 Hack’n’slash alude a una categoría de juegos de combate cuerpo a cuerpo, que no dan tanto peso a la estrategia, sino, propiamente, a la lucha usando una variedad de armas y combos.

13 La permadeath es una mecánica de videojuego en la que el protagonista, al ser derrotado, es constantemente eliminado de la partida, obligando al jugador a reiniciar el juego desde el principio. Este rasgo fundamental, que se opone a la conservación de partidas guardadas, es una característica distintiva del género roguelike.

Dejo de última la permadeath porque precisamente constituye el motivo de la mecánica de la repetición. En tal forma, cada una de estas muertes contribuye a dar sentido al trayecto y a la misión que emprende el protagonista (Parker, 2017; Melcer & Cuervo, 2020). Aquí, la imagen de la máscara se hace patente, en tanto que cada recorrido, cada regreso supone un descubrimiento que amplía y complejiza la historia y el mito. Voces como las de Sheet-Johnstone (1999) y Noergaard (2010) indican que, ante todo, lo que caracteriza el vínculo entre el juego y el jugador es el movimiento, tanto por cómo nos movemos, como también por los modos en los que reaccionamos al interactuar con los controles de las consolas. La unión de estos elementos crea el juego y nuestra identidad como jugadores. En tal sentido, la repetición no solo se concibe como una mecánica lúdica, sino como una connotación simbólica desde la que se constituye el playworld.

¿Qué ocurre en el caso de *Hades* (2020)? ¿Cómo se dan las repeticiones y bajo qué contextos? En principio, la permadeath se manifiesta reiteradamente tras la derrota de Zagreo en combate, sin la posibilidad de hacerse con el comodín del “desafío a la muerte”, que es el que le permite mantenerse en una misma partida. Una vez que se está de regreso en el palacio de Hades, no queda más que reiniciar la salida. Sin embargo, esto no ocurre desde cero, sino que conservamos algunos ítems importantes en nuestro inventario, como el néctar, las gemas canjeables, las llaves ctónicas, los amuletos y los recuerdos en el Códice del Inframundo. Este particular ha hecho que algunos designen a *Hades* (2020) como un roguelite, esto es, que mantiene ciertas características de los roguelikes¹⁴, pero no todas (Lind, 2025).

Park, citado por Sedgwick (2021), refiere que las repeticiones implican, además, un punto de avance en el que no siempre se ven las mismas cosas, sino que el jugador y Zagreo van expandiendo la trama mítica. Así, a pesar de la reiteración, también se encuentran partidas y decisiones cambiantes (Junius, Kreminski & Mateas, 2021) que hacen que el tránsito por las mismas mazmorras tenga distintos sentidos y con conocimientos más amplios de la trama y el lore. Asimismo, aunque los escenarios de cada nivel se reconfiguren por un proceso algorítmico, los tipos de adversarios se mantienen, aunque a medida que avanza el juego puedan presentar ligeras variaciones. Así, al salir del Tártaro siempre nos enfrentaremos a una de las Erinias, mientras que al salir de los Asfódelos lo haremos contra la Hidra infernal, y así sucesivamente. Será gracias a la “estética de la repetición” (Álvarez Igárbal, 2019, p. 101) que el jugador aprenderá con cada vuelta a interactuar y a reconocer los modos de ataque de los enemigos, así como distintas estrategias para optimizar su avance.

Supergiant Games toma como base la tradición mítica previamente

¹⁴ El roguelite es un subgénero proveniente del roguelike. Se trata de una evolución moderna que, aunque mantiene el ciclo de muerte y reinicio como en el roguelike, introduce un sistema de progresión persistente que se mantiene a través de las partidas (Koster, 2005). Así, a diferencia del roguelike, en los juegos del tipo roguelite se recompensa al jugador con mejoras permanentes que hacen que cada nuevo intento se sienta como un avance tangible.

presentada y, por la repetición, constituye una remediación del mito familiar de Zagreo. De tal modo, cada una de sus “fugas” fallidas representa una oportunidad para que el jugador descubra nuevos diálogos y revelaciones que lo acercan a los dioses. En particular, la relación con Hades pasa de ser un simple conflicto entre padre e hijo a una compleja historia de orgullo, rencillas y afectos ocultos, que se desvela a través de interacciones recurrentes. Al mismo tiempo, el ciclo constante permite que se recuerden los motivos del exilio de Perséfone, lo que muestra una historia familiar que se va construyendo pieza por pieza. Es importante notar que en cada intento de escape el jugador interactúa repetidamente con los mismos personajes, aunque no siempre aparecen todos. Esto, en el juego, se convierte en una mecánica narrativa que profundiza en las relaciones mitológicas, haciendo de la perseverancia de Zagreo la clave para entender las intrigas y tragedias de su propia familia y de lo que ocurre entre ctónicos y olímpicos (Cameron, 2024).

Del mismo modo, la repetición también permite al juego profundizar en la red de mitos familiares del panteón olímpico. Las bendiciones que Zagreo recibe de sus tíos y primos no son solo mejoras de juego, sino que son diálogos que revelan sus personalidades, rivalidades y la verdadera opinión que tienen sobre Hades y el inframundo. El ofrecimiento del néctar que Zagreo les otorga, por ejemplo, desbloquea diálogos que explican las alianzas y los conflictos familiares, como la rivalidad entre Zeus y Hades, el modo en el que los olímpicos ven a los ctónicos o la relación ambivalente de Artemisa con su familia. De esta forma, el mito de la familia olímpica se manifiesta a través de las interacciones repetidas, en las que el jugador aprende que el conflicto entre Hades y Zagreo es solo una pieza que integra un drama familiar mucho más grande y que en el marco del juego solo podemos conocer desde la recepción de Zagreo.

A su vez, mientras se va trazando el objeto principal, que supone lograr salir del Hades y reencontrarse con Perséfone, también pueden conocerse historias laterales que nutren el mito principal. Así, por ejemplo, las de Sísifo, Thánatos e Hypnos. A su vez, podemos participar del reencuentro entre Aquiles y Patroclo o el de Orfeo y Eurídice, así como de los distintos romances de Zagreo con Thánatos, Megeira o Dusa. Al mismo tiempo, podemos completar profecías, adquirir más recursos y hacer ajustes en el palacio infernal, o mejorar las distintas habilidades de las armas disponibles. En efecto, cada resurrección de Zagreo, a pesar de los diferentes matices, implica una forma general relativamente fija, pero que constituye una serie de avances en la trama (Junius, Kreminski & Mateas, 2021; Quero, 2020).

El punto definitorio de las repeticiones se encuentra en la persistencia de Zagreo, que está enlazada a un mensaje constante: “there is no escape”, que aparece cada vez que retornamos al palacio y que parece ser la expresión fundamental que se busca dejar en claro una y otra vez. Esta afirmación implica, en paralelo, un cierre y un inicio. Un cierre porque supone que Zagreo ha dejado

atrás uno de sus ciclos del trayecto, como bien agrega Morgan (2020), y, a su vez, de inicio, pues marca la apertura de una nueva etapa, con nuevas estrategias y formas de interactuar, pero siempre con el mismo objetivo. Por ello, y siguiendo a Hamill (2021), las muertes y continuas resurrecciones no se piensan en el juego como técnicas mecánicas de la permadeath, sino que, más bien, pasan a concebirse como estrategias narrativas que vamos hilando, además, por las interacciones con otras figuras míticas. Cada repetición implica mayor experiencia, mayores datos para conocer la propia historia y la propia familia, lo que permite ir definiendo la identidad de Zagreo en el contexto lúdico del mito, que se va expandiendo (Junius, Kreminski & Mateas, 2021).

La máscara posantigua de Zagreo es, entonces, un gesto constante y repetitivo en el que se falla y se vuelve a intentar repetidas veces. Cada fallo lleva a un develamiento de la historia, a que como jugadores nos involucremos cada vez más y que ello suponga una identificación más profunda con el mito. Aquí resuena nuevamente el sentido de la remediación, ya no solo por la presencia del mito y la adaptación de sus referencias, sino por el hecho de que la máscara, en tanto que experiencia de juego, constituye una inmediatez desde la que, al identificarnos con Zagreo e ir conociendo con él su historia, la experimentamos de forma inmediata y lo ayudamos a desarrollarla (Bolter & Grusin, 2000).

5. CONCLUSIONES

Tal como he buscado mostrar, el planteamiento de la máscara post-antigua de Zagreo implica un proceso de doble remediación entre Zagreo y el jugador, en el que, al encarnar su experiencia, contribuimos con él al desarrollo del mito y a la complejización de su identidad. Así pues, he querido nombrar este proceso como post-antiguo por ese acto de volver a los mitos como remediación, que se da en la dinámica del juego. A su vez, el sentido de la post-antigüedad se refleja en el modo en que, a través del jugar, el mito se va expandiendo; en su semiología, asume la forma del lore y de la trama que construye el mundo del juego.

En segundo lugar, me he querido centrar en la figura de Zagreo y en la resonancia que tiene con mitos antiguos. Así pues, se ha dado razón de algunas de las fuentes que ha tomado Supergiant Games para dar vida a sus personajes y cómo se han valido de la identidad de Zagreo para convertirla en toda una experiencia de juego. Por razones de espacio no he abordado otras figuras. Posteriormente, he querido dar cuenta de la máscara posantigua de Zagreo a partir del repensar del mito, que ha sido analizado desde dos puntos de vista: primero, a partir de la remediación del jugador y, segundo, desde la remediación del propio mito a través del mundo del juego y el fenómeno de la repetición. Todo esto ha permitido comprender en detalle el sentido de la agencia, que se tiñe con la experiencia del mito que la rodea y se concibe desde el embodiment entre el jugador y el avatar (Murray, 1997; Huizinga, 1999).

En definitiva, la máscara posantigua de Zagreo se manifiesta como un proceso inconcluso, que arropa tantas experiencias del juego como jugadores y que, por tanto, es una imagen que propicia la emergencia de una gran variedad de otras imágenes, que solo son posibles en la medida en que avanzamos en cada partida y gracias a la repetición. Comprendo en lo enunciado por Marcos (2004) lo que quiero decir con esta cita: “Conocer, así, será tanto descubrir como crear lo conocido, (...) sentido puede ser al mismo tiempo las dos cosas” (p. 4). Por tanto, al experimentar lúdicamente el mito, reconocemos, en el peso ingrávito de la máscara, los modos en los que podemos relacionarnos con las historias que propiciamos y, al mismo tiempo, con distintos horizontes ontológicos y de embodiment.

REFERENCIAS

- Anderson, S.L. (2019). The interactive museum: Video games as history lessons through lore and affective design. *E-Learning and Digital Media*, 16(3), 177-195. <https://doi.org/10.1177/2042753019834957>
- Ash, J. (2015). *The Interface Envelope: Gaming, Technology, Power*. Bloomsbury.
- Asimos, V. (2019). Playing the Myth: Video Games as Contemporary Mythology. *Implicit Religion*, 21(1), 93-111. <https://doi.org/10.1558/imre.34691>
- Bakogianni, A. (2016). What is so ‘classical’ about Classical Reception? Theories, Methodologies and Future Prospects. *CODEX - Revista de Estudios Clásicos*, 4(1), 96-113. <https://doi.org/10.25187/codex.v4i1.3339>
- Baleriaux, J. (2016). “EDiving Underground: Giving Meaning to Subterranean Rivers”, en Jeremy McInerney & Ineke Sluiter (eds.), *Valuing Landscape in Classical Antiquity* (pp. 103-121). Brill.
- Barbotto, S. (2021). Artificial Face and Transhumanism in Contemporary Art. *Lexia. Rivista di semiotica*, (37-38), 261-283. <https://doi.org/10.4399/978882553853313>
- Barthes, R. (1999). *Mitologías*. Siglo XXI.
- Bellenger, D., Chen, M. & Xu, Z. (2024). Facial emotion recognition with a reduced feature set for video game and metaverse avatars. *Computer Animation and Virtual Worlds*, 35(2), e2230.
- Belting, H. (2017). *Face and Mask: A Double History*. Princeton University Press.
- Bernabé, A. (2008). *Dioses, héroes y orígenes del mundo. Lecturas de mitología*. Abada.
- Bernabé, A. (2003). *Hieros logos. Poesía órfica sobre los dioses, el alma y el más allá*. Akal.
- Bezchotnikova, S. & Bezchotnikova, A. (2018). Game mechanics as videogame genre

identifier. *Global Media Journal*, 16(30), 1-6. <https://www.globalmediajournal.com/open-access/game-mechanics-as-videogame-genre-identifier.php?aid=86824>

- Bolter, J. D. & Grusin, D. (2000). *Remediation. Understanding New Media*. MIT Press.
- Bukatman, S. (1993). *Terminal Identity: The Virtual Subject in Post-Modern Science Fiction*. Duke University Press. <https://doi.org/10.1215/9780822379287>
- Caillois, R. (2001). *Man, Play and Games*. University of Illinois Press.
- Calame, C. (2004). ¿Qué es lo que es órfico en los Orphica? La poesía atribuida a Orfeo. *Synthesis*, 11, 1-13. https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.30/pr.30.pdf
- Cameron, H. (2024). Escaping Hades: Playing with Classical Reception. In Bakogianni, A. & Unceta Gómez, L. (eds.), *Classical Reception: New Challenges in a Changing World*. De Gruyter.
- Cappelletto, C. (2025). Teatro immersivo. Media e agency spettatoriale. In Leone, M. (ed.), *Il senso immerso. Libertà e smarrimenti del corpo digitale* (pp. 207-224). Aracne.
- Christesen, P. & Machado, D. (2010). Video Games and Classical Antiquity. *The Classical World* 104(1), 105-108. <https://doi.org/10.1353/clw.2010.a406986>
- Clare, R. (2021). *Ancient Greece and Rome in Videogames*. Bloomsbury.
- Colli, G. (2008). *La sabiduría griega I*. Trotta.
- Colombani, P. A. (2019). Du mythe au jeu vidéo: mimésis du héros grec dans Rise of the Argonauts. *Estudios Clásicos. Revista de la Sociedad Española de Estudios Clásicos*, 5, 21-28.
- Connell, J. & Comerford, C. (2024). Video Games and Heroism. In Allison, S., Beggan, J. & Goethals, G. (eds.), *Encyclopedia of Heroism Studies* (pp. 2161-2168). Springer.
- Cusack, C. (2013). Play, Narrative, and the Creation of Religion: Extending the Theoretical Base of invented Religions. *Culture and Religion: An Interdisciplinary Journal*, 14(4), 364-377.
- D'Armenio, E. (2023). Simulacral faces. A dramaturgy in digital environments. In Leone, M. (ed.), *The Hybrid Face. Paradoxes of the Visage in the Digital Era* (pp. 59-73). Routledge y FACETS.
- de Wildt, L. & Aupers, S. (2020). Eclectic Religion: The flattening of religious cultural heritage in videogames. *International Journal of Heritage Studies*, 27(3), 312-330. <https://doi.org/10.1080/13527258.2020.1746920>
- Delattre, C. & Augier, D. (eds.) (2010). *Mythe et fiction*. Presses Universitaires de Paris-Ouest.

- Detienne, M. (1982). *La muerte de Dionisos*. Taurus.
- Domsch, S. (2013). *Storyplaying. Agency and Narrative in Video Games*. De Gruyter.
- Eco, U. (1993). *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*. Lumen.
- Edmonds, R. (1999). Tearing apart the Zagreus myth: a few disparaging remarks on Orphism and Original Sin. *Classical Antiquity*, 18, 35-73. <https://doi.org/10.2307/25011092>
- Frasca, G. (2003). Simulation versus Narrative: Introduction to Ludology. In Wolf, M. J. P. & Perron, B. (eds.), *The Video Game Theory Reader* (pp. 221-235). Routledge.
- García-Gasco Villarrubia, R. (2007). *Orfeo y el orfismo en las Dionisiacas de Nono*. Tesis de doctorado no publicada, Universidad Complutense de Madrid, España.
- Garfield, Alan & Manders, Amy. (2019). Video Games, Homer to Hesiod: What Ancient Greek Content Do Video Game Players See? https://www.researchgate.net/publication/337099837_Video_Games_Homer_to_Hesiod_What_Ancient_Greek_Content_Do_Video_Game_Players_See
- Genvo, S. (2005). *Le game design de jeux vidéo. Approches de l'expression vidéoludique*. L'Harmattan.
- Graziani, F. (2010). La pensée fossile, mythe et poésie d'Aristote à Vico. Tesis doctoral, Université Paris-Sorbonne, Francia.
- Gualeni, S. (2019). *Virtual Worlds as Philosophical Tools. How to Philosophize with a Digital Hammer*. Palgrave Macmillan.
- Guglielmo, G., Blom, P. M., Klineciewicz, M., Čule, B. & Spronck, P. (2022). Face in the game: Using facial action units to track expertise in competitive video game play. In IEEE Conference on Games (CoG) (pp. 112-118). IEEE.
- Guthrie, W. K. C. (1970). *Orfeo y la religión griega*. UBA.
- Hades Wiki. (s.f.). Personajes. *Hades Fandom*. <https://hades.fandom.com/es/wiki/Personajes>
- Hamill, J. (2021). There is No Escape. How Hades Connects Game Genre and Greek Myth. First Person Scholar. <http://www.firstpersonscholar.com/there-is-no-escape/>
- Hammond, A. (2020, March 31). Remediation. *Oxford Research Encyclopedia of Literature*. <https://oxfordre.com/literature/display/10.1093/acrefore/9780190201098.001.0001/acrefore-9780190201098-e-1087>
- Hardwick, L. & Stray, C. (2008). Introduction: Making Connections. In *A Companion to Classical Receptions* (pp. 1-9). Blackwell Publishing.
- Harris, J. (2020). *Exploring Roguelike Games*. CRC Press.

- Hatlen, J. F. (2012). Students of Rome: Total War. In Thorsen, T. S. (ed.), *Greek and Roman Games in the Computer Age* (pp. 175-198). Trondheim.
- Hsu, S. H., Kao, C. H. & Wu, M. C. (2009). Design facial appearance for roles in video games. *Expert Systems with Applications*, 36(3), 4929-4934.
- Huizinga, J. (2000). *Homo ludens*. Alianza.
- Ivănescu, A. (2019). Games on Media: Beyond Remediation. In *Popular Music in the Nostalgia Video Game: The Way It Never Sounded* (pp. 29-74). Springer.
- Jones, K. (2022). Good Riddance: Refiguring Eurydice in Supergiant's *Hades*. In Draycott, J. & Cook, K. (Eds.), *Women in Classical Video Games* (pp. 103-127). Bloomsbury.
- Junius, N., Kreminski, M. & Mateas, M. (2021). There Is No Escape: Theatricality in "Hades". The 16th International Conference on the Foundations of Digital Games, 1-8. <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3472538.3472561>
- Kerényi, K. (1994). *Dionisio. Raíz de la vida indestructible*. Herder.
- Kirk, G. S. (2002). *La naturaleza de los mitos griegos*. Paidós.
- Koster, R. (2005). *Theory of Fun for Game Design*. O'Reilly Media, Inc.
- Krebs, V. J. (2023). Digital Animism: Towards a New Materialism. *Religions*, 14(2), 264. <https://doi.org/10.3390/rel14020264>
- Lahti, M. (2003). As We Become Machines: Corporealized Pleasures in Video Games. In Wolf, M. J. P. & Perron, B. (eds.), *The Video Game Theory Reader* (pp. 157-170). Routledge.
- Leone, M. (2018). The semiotics of the face in the digital era. *Perspectives*, 17, 27-29. <https://iris.unito.it/handle/2318/1666930>
- Lind, S. (2025). Motivic Repetition and Pseudo-Looping in *Hades* as Rogue-Lite Elements. *Journal of Sound and Music in Games*, 6(1), 17-45. <https://doi.org/10.1525/jsmg.2025.6.1.17>
- Lowe, D. (2009). Playing with Antiquity: Videogame Receptions of the Classical World. In Lowe, D. & Shahabudin, K. (eds.), *Classics for All: Reworking Antiquity in Mass Culture* (64-90). Cambridge University Press.
- Lowe, D. & Shahabudin, K. (eds.). (2009). *Classics for all: reworking antiquity in mass culture*. Cambridge Scholars Publishing.
- Marcos, A. (2004). Aristóteles: una poética de lo posible. *Universitas philosophica* (42), 39-64.
- Martindale, C. (2006). Introduction: Thinking Through Reception. In Martindale, C. & Thomas, R. F. (eds.), *Classics and the Uses of Reception* (pp. 1-13). Blackwell.

- Martínez García, M. A. & Gómez Aguilar, A. (2015). Videojuego e historia: el resurgir del héroe. En *Videojuegos y sociedad digital: nuevas realidades de estudio para la percepción del pasado histórico* (pp. 129-144). Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Mattoon, M. A. (1981). *Jungian Psychology in Perspective*. Macmillan Publishing Co.
- McCracken, E. (2025). Representations of Space in *Hades'* Underworld. Tesis de maestría no publicada, Te Herenga Waka-Victoria University of Wellington, New Zealand's. <https://doi.org/10.26686/wgtn.28267892>
- Melcer, E. F. & Cuervo, M. A. M. (2020). Death and rebirth in platformer games. In *Game User Experience and Player-Centered Design* (pp. 265-293). Springer.
- Metzger, S. A., Paxton, R. J. (2016). Gaming History: A Framework for What Video Games Teach About the Past. *Theory & Research in Social Education*, 44(4), 532-564.
- Murray, J. (1997). *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*. Simon and Schuster.
- Nguyen, C. T. (2023). *Giocare è un arte. Il gioco come tecnologia trasformativa*. Add Editore.
- Noergaard, R. T. (2010), The Body under the Mask: Unveiling the corporeal practice of gamers. Conference presented at *Under the Mask 2010: Perspectives on the Gamer*, Luton, United Kingdom.
- Parisi, D. (2011). Game Interfaces as Bodily Techniques. In IGI Global (Ed.), *Gaming and Simulations: Concepts, Methodologies, Tools and Applications* (pp. 111-126). Information Science Reference.
- Parker, R. (2017). The culture of permadeath: Roguelikes and terror management theory. *Journal of Gaming & Virtual Worlds*, 9(2), 123-141. https://doi.org/10.1386/jgvw.9.2.123_1
- Plate, S. B. (2010). Religion is Playing Games: Playing Video Gods, Playing to Play. *Religious Studies and Theology*, 29(2), 215-230. <https://doi.org/10.1558/rsth.v29i2.215>
- Pomeroy, A. (ed.) (2017). *A Companion to Ancient Greece and Rome on Screen*. Wiley-Blackwell.
- Quero, A. (2020). Hades: a myth-critical approach. *Acta ludologica*, 4(1) 135-137. https://actaludologica.com/wp-content/uploads/2021/06/AL_2021-4-1_Review-2_Quero.pdf
- Rollinger, C. (2020). Prologue. Playing with the Ancient World. An Introduction to Classical Antiquity in Video Games. In Rollinger, C. (ed.), *Classical Antiquity in Video Games. Playing with the Ancient World* (pp. 1-18). Bloomsbury.

- Sabbatucci, D. (1965). *Saggio sul misticismo greco*. Roma.
- Salen, K. y Zimmerman, E. (2004). *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. MIT Press.
- Schell, J. (2008). *The Art of Game Design: A Book of Lenses*. CRC Press.
- Searle, J. (1975). The Logical Status of Fictional Discourse. *New Literary History*, 6(2), 319-332.
- Sedgwick, E. R. (2021). *Cheat Codes of the Gods: Narrative and Greek Mythology in Video Games* [Tesis de maestría no publicada, Texas State University, United States.
- Serrano Lozano, D. (2020). Ludus (Not) Over Video Games and the Popular Perception of Ancient Past Reshaping. In Rollinger, C. (ed.), *Classical Antiquity in Video Games. Playing with the Ancient World* (pp. 47-62). Bloomsbury.
- Sheet-Johnstone, M. (1999). *The Primacy of Movement. Advances in Consciousness Research*. John Benjamins.
- Supergiant Games (2019). *Hades - Hymn to Zagreus*, <https://youtu.be/3DkiFCQQcFs?si=ue64b5bSGNKsk2kF>
- Supergiant Games. (2020). *Hades* [Videojuego].
- Tanenbaum, T. & Bizzocchi, J. (2009). Rock Band: a case study in the design of embodied interface experience. *Sandbox '09: Proceedings of the 2009 ACM SIGGRAPH Symposium on Video Games*, 127-134.
- Thue, D., Bulitko, V., Spetch, M. & Romanuik, T. (2010). Player agency and the relevance of decisions. *Joint International Conference on Interactive Digital Storytelling*, 210-215. https://rise.csit.carleton.ca/pubs/ThueBulitko_ICIDS_2010.pdf
- Tutrone, F. (2015). Between time and culture: Anthropology and historicity in the study of ancient literature. *Thersites: Stereotyped Thinking in Classics: Literary Ages and Genres Re-Considered*, 2, 1-22.
- Vandewalle, A. (2019). The Learning Possibilities of Video Games set in Antiquity. *Ludendo discimus*, 40(3), 40-46. https://www.researchgate.net/publication/361410069_Ludendo_discimus_The_Learning_Possibilities_of_Video_Games_set_in_Antiquity
- Vandewalle, A. (2024). Video Games as Mythology Museums? Mythographical Story Collections in Games. *International Journal of the Classical Tradition*, 31(1), 90-112. <https://link.springer.com/article/10.1007/s12138-023-00646-w>
- Vázquez, A. (1981). *Psicología de la personalidad en C. G. Jung*. Ediciones Sígueme.
- Viola, M. (2023). Masked faces. A tale of functional redeployment between biology and material culture. In Leone, M. (ed.), *The Hybrid Face. Paradoxes of the Visage in the Digital Era* (pp. 1-21). Routledge y FACETS.

Wolek, Z. (2022). *Lore Exposition in Video Games: how to effectively convey an in-game world to the player*. Tesis de bachelor no publicada, South-Eastern Finland University of Applied Sciences, Finland.

* Contribución de autoría: la autora fue responsable de la concepción del trabajo, del diseño de la investigación, del arqueo bibliográfico, del análisis de la información, de la elaboración y la corrección del manuscrito.

* 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

María Di Muro Pellegrino. Doctora –candidata– en Filosofía, Universidad Católica Andrés Bello (Venezuela). Investigadora del Instituto de Estudios en Humanidades, Universidad Católica Andrés Bello. Profesora, Escuela de Letras y Maestría en Filosofía, Universidad Católica Andrés Bello. Sus áreas de trabajo son la literatura grecorromana y la cultura digital, actualmente enfocada en los videojuegos y la herencia de los clásicos griegos.

Rostros en la publicidad popular

Consumo aspiracional en el Perú

Faces in Popular Advertising

Aspirational Consumption in Peru

Rostos na publicidade popular

Consumo aspiracional no Peru

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4097>

► EDUARDO YALÁN DONGO

eyalan@pucp.pe – Lima – Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0143-4973>

► ADRIANA ESPINOZA FERNÁNDEZ

a.espinoza@pucp.edu.pe – Lima – Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-9229-6690>

CÓMO CITAR: Yalán Dongo, E. & Espinoza Fernández, A. (2025). Rostros en la publicidad popular. Consumo aspiracional en el Perú. *In Mediaciones de la Comunicación*, 20(2). <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4097>

Fecha de recepción: 25 de abril de 2025

Fecha de aceptación: 30 de septiembre de 2025

RESUMEN

El objetivo del artículo es analizar la representación y el uso del rostro en la publicidad popular de Lima (Perú). Si bien la literatura se ha ocupado de estudiar cómo se configura lo aspiracional en campañas de grandes marcas, ha dejado de lado el consumo popular y la publicidad vernácula. Para este análisis se utilizó un enfoque cualitativo, con el que se examinaron 143 rostros en 73 imágenes tomadas en el Emporio Comercial de Gamarra, en Lima. Se distinguieron cuatro tipos de rostros: *concentrados*, que miran de frente con rigidez; *conformistas*, que miran de frente con una expresión relajada; *mantenidos*, que desvían la mirada con actitud relajada; y *esforzados*, que desvían la mirada con rigidez. Estos rostros configuran narrativas de consumo y muestran cómo lo aspiracional, asociado a rasgos caucásicos, atraviesa las estrategias visuales del comercio popular. La blanquitud se vincula al consumo inmediato y la ostentación, mientras que los rostros mestizos (“lo cholo”) se orientan más a la atracción de compra generalmente sexualizada. La escasez de rostros afrodescendientes y la poca presencia de discursos de cotidianidad en la publicidad analizada sugieren que el consumo popular se centra en la venta directa y en la intensificación de la provocación hacia el acto de compra, dejando de lado representaciones de descanso, convivencia o reflexión.

PALABRAS CLAVE: *consumo popular, Gamarra, Publicidad popular, semiótica, raza.*

ABSTRACT

The aim of this article is to analyze the representation and use of faces in popular advertising in Lima (Peru). While previous literature has examined how aspirationality is constructed in major brand advertising campaigns, it has left a gap in the study of popular consumption and vernacular advertising. To address this, a qualitative approach was employed, analyzing 143 faces in 73 images collected from Lima's Gamarra commercial emporium. The analysis identified four types of faces: concentrated, which look straight ahead with rigidity; conformist, which also look straight ahead but in a relaxed manner; maintained, which avert their gaze with a relaxed attitude; and effortful, which avert their gaze with rigidity. These facial representations construct consumer narratives and show how aspirationality, associated with Caucasian faces, permeates the visual strategies of popular commerce. Whiteness is linked to immediate consumption and ostentation, while mestizo ("cholo") faces are more often oriented toward attracting purchases, frequently in a sexualized manner. The scarcity of Afro-descendant faces and the limited presence of everyday life discourses in the analyzed advertising suggest that popular consumption prioritizes direct sales and heightened provocation toward the act of purchase, leaving aside representations of rest, social interaction, or reflection.

KEYWORDS: *popular consumption, Gamarra, popular advertising, semiotics, race.*

RESUMO

O objetivo desta pesquisa é analisar a representação e o uso do rosto na publicidade popular em Lima (Peru). Enquanto a literatura tem estudado as aspirações em campanhas publicitárias de grandes marcas, há uma lacuna na investigação sobre o consumo popular e a publicidade vernácula. Para isso, foi utilizada uma abordagem qualitativa que analisou 143 rostos em 73 imagens coletadas no centro comercial de Gamarra. Foram identificados quatro tipos de rostos: *concentrados*, que olham diretamente com rigidez; *conformistas*, que também olham diretamente, mas de forma relaxada; *mantidos*, que desviam o olhar com uma atitude relaxada; e *esforçados*, que desviam o olhar com rigidez. Esses rostos constroem narrativas de consumo e demonstram como o aspiracional, associado a rostos caucásianos, atravessa as estratégias visuais do comércio popular. A branquitude está ligada ao consumo imediato e à ostentação, enquanto os rostos mestiços ("lo cholo") estão mais orientados para a atração da compra, geralmente sexualizada. A escassez de rostos afrodescendentes e a baixa presença de discursos de cotidianidade na publicidade analisada sugerem que o consumo popular prioriza a venda direta e a provocação ao ato de compra, deixando de lado representações de descanso, convivência ou reflexão.

PALAVRAS-CHAVE: *consumo popular, Gamarra, publicidade popular, semiótica, raça.*

1. INTRODUCCIÓN

Después de un período de consumo moderado y cauteloso durante la pandemia, los volúmenes de compra en América Latina han recuperado su promedio ponderado, lo que ha reactivado tendencias que anteriormente definían las prácticas de adquisición en la clase media peruana, entre ellas la aspiracionalidad. Los principales sectores de consumo –bebidas, cuidado del hogar, lácteos y cuidado personal– se encuentran, en muchos casos, atravesados por formatos de presentación aspiracionales que no solo configuran prácticas específicas de consumo, sino que también proyectan un estilo de vida aparentemente desligado de las restricciones económicas. En este contexto, las investigaciones sobre belleza, moda y cuidado del hogar en el Perú han identificado una fuerte presencia de discursos aspiracionales, así como el uso de estereotipos entrelazados (raciales y de género), que influyen en la publicidad de marcas con alto capital y una considerable inversión publicitaria (Miranda-Peláez & Chávez-Chuquimango, 2024; Benavides Coquinche & Cabel García, 2022).

A pesar de los avances en la investigación sobre el fenómeno aspiracional en el consumo y su representación en la imagen publicitaria (Srivastava, Mukherjee & Jebarajakirthy, 2020; Neme-Chaves y Sierra-Puentes, 2024; Bell & Moran, 2022; Mnisi, 2015; Gupta & Srivastav, 2016), la mayoría de los estudios no han considerado el consumo popular y la publicidad vernácula como espacios de enunciación de estas imágenes. La publicidad vernácula (Jiménez, Londoño y Montoya, 2021), entendida como un discurso publicitario periférico, se manifiesta en entornos donde operan marcas de pequeño capital, especialmente en negocios locales y comercio minorista (Yalán Dongo, 2020). Sin embargo, lejos de estar al margen de las dinámicas aspiracionales en favor de una presunta atención a un discurso crítico o informativo concentrado en el producto, este ámbito también se ve atravesado por un consumo fuertemente racializado (Boulton, 2016; Cuevas-Calderón y Villafuerte, 2022). En este contexto, el ciudadano-consumidor, moldeado por una ética laboral precaria e ideologizado bajo el discurso del emprendimiento (Rojas, 2014), encuentra oportunidades de inclusión social al adoptar fenotipos caucásicos y productos “de marca” (Ucelli & Llorens, 2017). Es el mercado el que legitima y modela su forma de vida, otorgándole aceptación en la medida en que se convierte en un sujeto de compra. Así, las aspiraciones de movilidad social se articulan con lógicas mercantiles populares y con una publicidad vernácula que las reproduce. Por ello, uno de los ejes clave para el estudio del consumo popular es la representación del cuerpo y el rostro en la publicidad (Yalán Dongo, 2019). Aunque la literatura especializada sobre aspiracionalidad ha explorado sus dimensiones económicas y semióticas (Rodríguez Arcos, 2019; Fernández, 2024), ha prestado poca atención a la configuración racial, de clase y de género del rostro en estos contextos de consumo popular. Por ello, el objetivo de esta investigación

es analizar la representación de la rostridad en la publicidad popular que circula en espacios de consumo masivo y comercio informal en Lima.

Este artículo busca contribuir al estudio del consumo popular y la publicidad vernácula desde la perspectiva de la producción y reproducción de imágenes aspiracionales dentro del ámbito de consumo informal. Para ello, el artículo abordará el marco teórico de las investigaciones previas sobre el consumo aspiracional y la representación del rostro en la publicidad popular. A partir de esta revisión bibliográfica, se presentarán el enfoque metodológico y los principales resultados del estudio.

2. PUBLICIDAD, BLANQUITUD Y CONSUMO ASPIRACIONAL

La aproximación de las investigaciones al consumo aspiracional suele ser de carácter psicológico y se centra, principalmente, en identificar la intención de los consumidores mediante técnicas que recuperan motivaciones, percepciones y actitudes a través de entrevistas en profundidad (Srivastava, Mukherjee & Jebarajakirthy, 2023; Mnisi, 2015; Mensa & Mueller, 2024). De esta manera, los resultados de investigación suelen concentrarse en los efectos subjetivos que motivarían la aspiracionalidad en el consumo, tales como el hedonismo y el perfeccionismo, los cuales generan fenómenos como el efecto bandwagon (Neme-Chaves y Sierra-Puentes, 2024) circunscrito a la intención psicológica del consumidor. Desde esta perspectiva, la motivación que explica el uso de imágenes y representaciones aspiracionales no es interpretada negativamente; por el contrario, según Srivastava, Mukherjee y Jebarajakirthy (2023), estas imágenes fomentan un aspecto positivo del consumo, ya que, a través de la publicidad, se responde a una necesidad de seguridad, comodidad, progreso y bienestar demandada por los propios consumidores. Sin embargo, reducir el consumo aspiracional a metas individuales simplifica la dimensión cultural que emerge de este fenómeno. En contraste con la intención psicológica, otro enfoque de investigación analiza el consumo aspiracional en relación con una intencionalidad socialmente compleja, es decir, desde la significación cultural del fenómeno que entrelaza aspectos raciales, ética de trabajo, clase y género (Claytor, 2021).

Desde esta perspectiva, un sector de la literatura especializada se enfoca en el estudio de la clase media y en cómo esta emula a la clase alta en ciertos patrones de consumo (Srivastava, Mukherjee & Jebarajakirthy, 2020), como el gasto en alimentación, mobiliario y otros bienes (Soon, 2022). En este sentido, grupos específicos de consumidores aspiran a un nivel de consumo socialmente determinado, con una direccionalidad intempestiva hacia el consumo, incluso cuando su nivel de ingresos marginales no les permite sostenerlo (De Donder & Roemer, 2015). Este fenómeno suele ser explicado por un deseo profundo de pertenencia mercantil, exacerbado por la incapacidad de los operadores

estatales y públicos para garantizar formas efectivas de inclusión social a los ciudadanos. Como consecuencia, emergen ansiedades más profundas sobre la pertenencia cultural (Boulton, 2016), marcadas por fracturas de clase y la desatención del Estado (Ucelli & Llorens, 2017) que facilitan la creación de un ciudadano-consumidor despolitizado. Este punto es clave, ya que permite identificar que el consumo de productos de lujo no se inscribe simplemente en una jerarquía de deseos no esenciales, sino que tiende a naturalizarse junto con los bienes esenciales, en tanto responde a la búsqueda de bienestar, placer y positividad (Neme-Chaves & Sierra-Puentes, 2024). Lo aspiracional, por lo tanto, se asocia estrechamente con la clase trabajadora y con un imaginario estratégicamente construido para fomentar el consumo, a través de representaciones como la autoestima, la autorrealización, la perseverancia y la resistencia como cualidades moralmente propias de una ética del trabajo mercantilizada y aceptadas en una sociedad propiamente capitalista (Bell y Moran, 2022).

Desde esta misma perspectiva, el enfoque racial adquiere un papel central en el consumo aspiracional, al reconocer que no solo la pertenencia a la clase media, sino también la autoidentificación con un determinado concepto de raza, constituye una condición de posibilidad para la búsqueda de utopía y aspiracionalidad. De esta tendencia surgen fenómenos contemporáneos complejos, como el *izikhothane* (Mnisi, 2015) o el enmascaramiento como lógica colonial de ocultamiento racial, denunciado por Fanon (2009) en el caso de los negros antillanos. Para otro sector de la literatura especializada, esta direccionalidad del consumo aspiracional se convierte en una condición operativa clave para las marcas y empresas, optimizando el retorno de la inversión (ROI) (Gupta & Srivastav, 2016). La representación de hombres y mujeres blancos domina el mensaje publicitario, tanto en sus imágenes, en la estructura misma de su sistema laboral (Mensa & Mueller, 2024), como en los nuevos modelos de masculinidad y feminidad concebidos como estilos de vida aspiracionales. Esta vinculación con ciertos ideales de género y raza de matriz occidental (Rodríguez Arcos, 2019) no solo ha restringido la representación de personas negras y de mujeres en la publicidad (Campos, Felix & Feres Junior, 2023), sino que también ha reforzado un ideal estético corporal –como la piel clara y blanca– en mercados populares como el de la India, donde estas representaciones fomentan el consumo de la clase media en los centros urbanos (Mishra, 2021) dentro de una retórica de éxito neoliberal (Kruger, 2010). Este análisis del papel de los emisores en los mensajes aspiracionales no se limita a las marcas, sino que también incluye al propio discurso de Estado. En muchos casos, se observa cómo los discursos aspiracionales del consumo coexisten con narrativas gubernamentales que promueven la nacionalidad y la exaltación de lo propio (Kruger, 2010), con el objetivo último de reforzar el simulacro de un modelo de “menos Estado, más mercado” como forma ideológica de comunidad.

En este sentido, la clase proletaria racializada no se limita a satisfacer sus

necesidades básicas en los actos de consumo, ya que también destina parte de sus ingresos al consumo de bienes aspiracionales. Este fenómeno es impulsado por la publicidad y, al mismo tiempo, refuerza determinadas representaciones dentro de ella. Desde la perspectiva de los productores de simulacros sociales, incluso los discursos de autenticidad –que aparentemente desvelan las dinámicas de consumo en su supuesta concreción– terminan construyendo un consumo aspiracional, al celebrar lo ordinario y fomentar el autodescubrimiento interior (Duffy, 2013). Así, lo aspiracional opera como un modo discursivo complejo y no se reduce a una unidad icónica fija. De esta manera, la aspiracionalidad se manifiesta tanto en las representaciones tradicionales que refuerzan imaginarios conservadores de conyugalidad como en espacios que proyectan autenticidad y singularidad individualista, ampliando y complejizando el alcance de las dinámicas de deseo y consumo.

3. ROSTRO Y CUERPO EN LA PUBLICIDAD POPULAR

Desde la perspectiva cultural de la semiótica, el rostro se considera una forma natural codificada en modos de normalidad y anormalidad dentro de la percepción y reconocimiento culturalizado (Leone, 2021a). No obstante, si bien anudado con figuras sociales como la identidad y la publicitación de afectos, esto no anula su singularidad como pulsación del cuerpo ni su capacidad de generar significación espontánea y no regulada por sistemas de sentido establecidos. Desde esta perspectiva, se esbozan apuntes para una semiótica del rostro a partir de la lectura de Claude Zilberberg (2016), quien, al analizar la interpretación de Deleuze sobre Bacon, identifica formas de tonicidad y deflagración que configuran los “órganos” del rostro, concebido como una estructura orgánica cultural. En este marco, son las intensidades las que dan lugar a singularidades exclamativas y expresivas, manifestadas en composiciones faciales súbitas y vibrantes. Zilberberg no solo se refiere a los “rostros organismo”, sino también a una “cabeza sin órganos”, compuesta de carne y nervios. En muchos casos estas formas de irreverencia y expresión de intensidad quedan seleccionadas o mezcladas en procesos corporales que provocan una actancia, es decir, la construcción de una figura de personaje. Como señala Jacques Fontanille (2008), el Mi (o, en términos de Zilberberg, la “cabeza sin órganos”) configura tanto roles (Si-idem) como actitudes (Si-ipse), dando forma a un personaje: “un rostro es un cuerpo-envoltura dedicado a inscripciones, cifrables y descifrables, entonces tratamos con una construcción isótropa [fisonomía]” (Fontanille, 2008, p. 139). En este proceso, las expresiones faciales actúan como testimonios (inscripciones) plásticos y figurativos de su devenir actante. Como señala Leone (2021b): “El rostro, por lo tanto, es el lugar invisible desde el que el mundo que nos rodea adquiere su visibilidad” (p. 58).

Desde esta perspectiva, aunque las investigaciones sobre el rostro han

abordado su representación en espacios digitales (Voto, Finol & Leone, 2021), protestas políticas (Delupi, 2023) y contextos globales críticos (como la pandemia de COVID-19) (Leone, 2022), persiste una brecha de investigación en el estudio del rostro como mercancía o producto, es decir, en su funcionamiento dentro de la economía de mercado. Sobre este punto, es importante precisar que las investigaciones que han abordado la relación entre rostro y forma de producción propiamente capitalista señalan que la fuerza productiva opera como una potencia sin cara, disciplinada por la vigilancia de un rostro que le impone exigencias en el momento de la producción (Foucault, 1975). Sin embargo, esta vigilancia no está dirigida a observar solo al trabajador asalariado, sino al objeto-signo que este produce: la mercancía, cuyo rostro se construye como la verdadera faz, aquella que no quiere no ser vista. Guy Debord (1967) afirma: “no solamente la relación a la mercancía es visible, sino que no se ve más que ella: el mundo que se ve es su mundo” (p. 24). En este sentido, el significante-producto se rostrifica (Deleuze & Guattari, 2012, p. 121), el objeto-producto llega a ser un cuerpo (Fontanille, 2008). La mercancía, en tanto signo, posee una rostridad –una forma visible como etiqueta, envase o diseño– que es observada y controlada en el proceso productivo. Esta rostridad genera regímenes de visibilidad, donde la mercancía busca ser vista y el consumidor oscila entre un deseo de ver y no ver (Yalán Dongo & León, 2021). La mercancía, como elemento abstracto, se define por su visibilidad más que por su valor de uso: su significante crea espacios de circulación y visibilidad, eclipsando la fuerza de trabajo que aún permanece como actualidad en su materialidad. En este sentido, el rostro de la mercancía es la transparencia absoluta de una relación significante que golpea intempestiva y “mágicamente” (Coup d’œil féérique) al consumidor, un espectáculo visual donde el goce-consumo se da a través de la mirada (Yalán Dongo & León, 2021, p. 45).

En este punto específico, el objetivo central de esta investigación busca analizar el contexto del rostro en el marco de la llamada publicidad popular o vernácula. Según Jiménez, Londoño y Montoya (2021) la publicidad popular o vernácula es una forma de comunicación que surge desde los sectores marginados de la sociedad, especialmente en oposición a las estructuras culturales dominantes y elitistas. Se caracteriza por su creatividad espontánea, uso de herramientas autóctonas y ruptura con los esquemas normativos, lo que la diferencia de la publicidad convencional. Dicho esto, al enfocarnos en este modo de realización de las lógicas del consumo capitalista –aquella relacionada con dinámicas socioeconómicas comerciales, donde predominan la valoración costo-beneficio, la búsqueda de practicidad, el consumo en el punto de venta, el regateo y el comercio informal– la literatura señala que, en la publicidad vernácula o popular, el rostro humano tiende a ser suprimido o subordinado al rostro del producto (Yalán Dongo, 2019, p. 55). En este contexto de estelaridad del producto en la publicidad, la rostridad del signo-mercancía (su diseño,

envase, etiqueta, etc.) debe destacarse sobre cualquier otro elemento visual, incluso sobre la expresión facial del consumidor. El rostro humano, al ser un espacio de expresión emocional y subjetiva, compete con la rostridad del producto, pues transmite estados de ánimo genuinos como felicidad o enojo. Para evitar esta competencia, la publicidad tiende a neutralizar o estandarizar las expresiones faciales, reduciéndolas a sonrisas artificiales, colocando lentes de sol para tapar emociones o eliminando los rostros por completo. Esta supresión hace que los actantes en los anuncios funcionen como signos maniquí (Yalán Dongo, 2019), es decir, figuras sin expresión real, cuya única función es resaltar el producto. Así, la publicidad despersonaliza al consumidor para garantizar que la mercancía sea el único rostro verdaderamente visible.

En este contexto bibliográfico, y partiendo de la suspensión del rostro humano en favor del rostro-mercancía, surge la pregunta sobre las estrategias publicitarias que, mediante estereotipos racializados, configuran en estos espacios comerciales formas aspiracionales de actancialidad. ¿Está el rostro humano realmente suspendido en estos discursos publicitarios vernaculares? ¿De qué manera se articula la rostridad en la llamada publicidad popular? Si la literatura especializada señala un devenir cuerpo del objeto-mercancía ¿es posible considerar que los rostros sean un devenir mercancía del cuerpo?

4. METODOLOGÍA

La presente investigación es de naturaleza cualitativa y adopta un enfoque interpretativo. Su objetivo general es analizar la representación de la rostridad en la publicidad popular que circula en espacios de consumo masivo y comercio informal en Lima. Para ello, se emplea un diseño de investigación basado en el estudio de caso múltiple, un procedimiento que permite explorar un sistema delimitado o un conjunto finito de enunciados sobre una temática específica (Creswell y Poth, 2016). Este enfoque, al adoptar un estudio de caso colectivo o múltiple, facilita la selección de diversos casos situados dentro de un mismo contexto, es decir, distintos programas dentro de un solo espacio, con el objetivo de ofrecer múltiples perspectivas sobre un problema. Para el análisis, se emplea el análisis del discurso semiótico, desde una perspectiva postestructuralista o tensiva (Fontanille, 2008; Zilberberg, 2016). Las investigaciones sobre el consumo aspiracional y la reproducción publicitaria de imágenes, aunque han empleado técnicas de análisis semiótico (Rodríguez Arcos, 2019; Fernández, 2024), se centran principalmente en el mensaje lingüístico (Rodríguez Arcos, 2019) y en la publicidad global financiada por marcas con gran capital (Campos Felix & Feres Junior, 2023). Es decir, el foco está en la publicidad aspiracional dirigida a consumidores de clase media elitizada, dejando de lado a la clase media y baja trabajadora, muchas veces precarizada. En este contexto, siguiendo las contribuciones de Kefala (2024), nuestra investigación busca profundizar

en la industria minorista y en los espacios de consumo popular.

El procedimiento de recolección de datos se llevó a cabo en tres etapas. En primer lugar, se identificó el espacio de consumo para la recuperación de imágenes publicitarias, seleccionándose el Emporio Comercial de Gamarra, ubicado en el distrito de La Victoria, en la ciudad de Lima, capital del Perú. Según las investigaciones de Rojas (2014, 2012) y Rojas y Luque, Gamarra concentra dinámicas de trabajo formal e informal precarizado, que sustentan formas de consumo populares caracterizadas por prácticas zigzagueantes de consumo, valoraciones críticas (precio/calidad), consumo aglutinante y una ética laboral vinculada a la lógica del emprendedurismo. A esto se suma una marcada presencia de prácticas laborales y de consumo racializadas en el ámbito comercial de Gamarra (Cuevas-Calderón & Villafuerte, 2022), lo que refuerza la importancia de analizar cómo la publicidad representa estas dinámicas. En este sentido, y siguiendo la definición de Jiménez et al. (2021), las interrelaciones entre raza y clase en estos espacios resultan propicios para la denominada publicidad vernácula o publicidad popular (Yalán Dongo, 2020). En segundo lugar, una vez delimitado el lugar de recopilación de datos, se llevaron a cabo intervenciones para recuperar las imágenes publicitarias (n=73) mediante un registro fotográfico sistemático. Dado que el objeto de estudio son los rostros de los personajes (actantes) presentes en los anuncios, se realizó un conteo total de rostros en los 73 afiches analizados, obteniendo un total de 143 rostros que fueron considerados para el análisis. Finalmente, en la tercera etapa, se procedió a la selección del material recuperado siguiendo un enfoque longitudinal previamente utilizado en el estudio de imágenes y representaciones raciales en la publicidad. En particular, se adoptó la perspectiva de Brinson, Hubbard y Berry (2024), que contempla cuatro dimensiones clave: (1) frecuencia de representación, (2) contexto del anuncio, (3) categoría de producto y (4) prominencia del rol. Asimismo, dado que la investigación se basó en el análisis de imágenes públicas en Gamarra y no en la interacción directa con grupos humanos, no fue necesario contar con consentimiento informado. La identificación de la etnicidad de los rostros se realizó siguiendo a Cuevas-Calderón y Villafuerte (2022), Gastelumendi (2011) y Vargas (2014), quienes establecen categorías como lo blanco, lo negro, lo cholo y lo indígena. Aunque estas son categorías sociológicas complejas, el parecer y el fenotipo juegan un papel fundamental como marcadores en el proceso de (auto)identificación racial a través del rostro, que es lo que ocupa a esta investigación.

Para el análisis visual de las imágenes publicitarias, se emplearon herramientas específicas del estudio corporal del actante (Fontanille, 2008) y representaciones tensivas del rostro (Zilberberg, 2016). Así, desde esta perspectiva semiótica se identifica cómo las capas plásticas y figurativas (formas de expresión) del rostro –como figura compuesta de otras figuras (Leone, 2021a)– configuran estatutos actanciales (formas de contenido), expresando

intencionalidades narrativas e imaginadas del cuerpo (Fontanille, 2025). De este modo, a través de la repetición y recurrencia de las capas gráficas (figurativas, icónicas y plásticas), se evidencian formas de realización de las actancias, en particular las identidades de roles (sí-idem) y las actitudes (sí-ipse) o, en el decir de Greimas, entre el rol temático y el rol patémico (Greimas & Fontanille, 1994), moduladas por una intensidad que va de lo rígido a lo relajado y que determina la relación entre ambos (Fontanille, 2008). Así, estos tres tipos de identidad permiten describir el devenir del actante a partir de una base corporal y, en consecuencia, su vínculo con la rostridad.

Entre las principales limitaciones metodológicas destaca la dificultad para registrar fotografías en algunos casos debido a la aglomeración de personas. Además, según comunicación verbal con diseñadores gráficos que producen estas imágenes, la mayoría proviene de bancos de imágenes o se obtiene gratuitamente de buscadores en Internet. No obstante, esta aparente arbitrariedad en la selección de las imágenes publicitarias no implica una neutralidad valorativa ni una ausencia de significación en los espacios populares, sino que refleja una intencionalidad inscrita en la semiosfera y la cultura de sentido que configuran las prácticas de consumo.

5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A partir del enfoque longitudinal de Brinson, Hubbard y Berry (2024) y las categorías raciales Cuevas-Calderón y Villafuerte (2022) en el Emporio Comercial de Gamarra, se identificaron los siguientes resultados (Tabla 1).

Tabla 1. Rol, contexto, categoría y frecuencia de las imágenes publicitarias en Gamarra

Prominencia del rol étnico	Contexto del anuncio	Categoría de producto	Frecuencia de representación
Caucásica/ "lo blanco"	L-Banner, Banner Publicitario Fotográfico 2,20mtrs, gigantografía	medicina, ropa elegante (gala), salón de belleza, óptica, ropa de baño, polera y pantalones, ropa para bebés, pijamas, ropa deportiva	110
afroperuano/ "lo negro"	Vinil Laminado 1,50mtrs, Vinil Adhesivo	peluquería, ropa de baño, ropa elegante (cut-out dress).	4
mestizo / "lo Cholo"	Vinil Adhesivo, Vinil Laminado 1,50mtrs	Fajas, ropa urbana, jeans.	29
Indígena / "lo serrano"	—	—	0

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla 1, del total de imágenes analizadas ($n=73$), 59 representan el componente humano a través de la construcción de un rostro caucásico, especialmente en materiales publicitarios de gran formato, como banners de 1.5 a 2 metros y gigantografías. En contraste, los rostros de personas negras o mestizas (“cholos”) aparecen únicamente en viniles de formato medio, de hasta 1,5 metros. Esta distribución sugiere que la representación de lo caucásico se asocia con la vitrina y el pórtico del consumo, mientras que las figuras negras o mestizas se utilizan para reforzar estímulos de compra en movimiento, con una visibilidad más concentrada y menos panorámica. A pesar de que la categoría “lo serrano” ha sido identificada como una forma de referirse a lo indígena en Gamarra, según la investigación de Cuevas-Calderón y Villafuerte (2022), no se encuentra presente en las imágenes publicitarias analizadas, evidenciando así la exclusión de lo indígena en la representación comercial.

En cuanto a las categorías de producto, la presencia de rostros caucásicos predomina en rubros como la medicina (Imagen 1) donde no se han identificado figuras no caucásicas en la promoción.

Imagen 1. Selección de imágenes de la intervención en Gamarra



Fuente: Elaboración propia a partir del material fotográfico registrado en Gamarra, Lima.

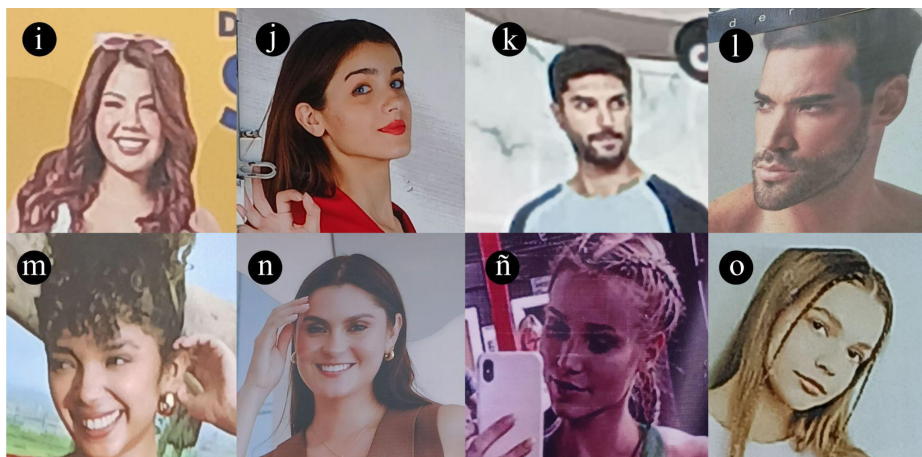
Asimismo, se observa una diferencia significativa en la relación entre los rostros y los signos-producto en el sector textil, particularmente en la categoría de “ropa elegante”. Los rostros caucásicos aparecen mayormente en publicidad de vestimenta formal, como trajes de gala, vestidos de cóctel, vestidos ejecutivos o vestidos lápiz, los cuales se caracterizan por cortes estructurados y sobrios, a menudo complementados con sacos o blazers (ver figuras a, b, c y e de la Imagen 1). En contraste, los rostros femeninos mestizos o “cholos” se

emplean en la promoción de prendas como cut-out dresses, vestidos ceñidos al cuerpo, mini vestidos o bodycon dresses, cuya connotación es más sensual o “atrevida” (figuras d, f, g de la Imagen 1). De este modo, mientras los rostros y cuerpos caucásicos se asocian con valores laborales y profesionales, los rostros y cuerpos mestizos (“latinos”) refuerzan una representación ligada a la sexualización y la exposición corporal. Es importante aquí considerar que, como señala Neme-Chaves y Sierra-Puentes (2024), el lujo objetualizado no se manifiesta únicamente en la búsqueda de productos no esenciales de carácter suntuoso; es decir, no está vinculado al consumo ostentoso o aspiracional: es también lujo aquellos productos de consumo básico que desde la perspectiva de personas que se encuentran en la “base” de la “pirámide” socioeconómica.

En las imágenes analizadas, los rostros son representados en dos posiciones principales: una mirada de frente, que se dirige directamente al espectador-consumidor, y otra mirada esquiva, que evita el contacto visual. La orientación de la mirada no solo define el dinamismo y la expresividad del rostro, sino que también determina su función dentro del espacio comercial popular, estableciendo un sentido y una dirección específicos en la interacción con el público. A partir de la recurrencia figurativa de la mirada (direccionalidad) y su configuración plástica (topología), se identifican cinco tipos de rostros que construyen diferentes actancialidades. De estos, dos resultan especialmente relevantes: el rostro concentrado y el rostro esfuerzo. La nominación concentrado y esfuerzo es introducida por Fontanille (2008) para describir dos formas en las que el cuerpo deviene actante. La concentración (Si-idem) se produce cuando el rol temático domina con precisión la intensidad y el afecto (Mi-carne) del actante, como ocurre en el gesto controlado de un agente militar durante una ceremonia. Por otro lado, el esfuerzo se manifiesta cuando el cuerpo del actante, particularmente el rostro, deja filtrar sutilmente ese afecto, generando la impresión de que la expresión no es plenamente intencionada, sino que se encuentra en un estado de construcción y perspectiva (Si-ipse). Un ejemplo sería un rostro que, al intentar sonreír o formar una mueca específica, revela la tensión subyacente del gesto.

Dicho esto, en la publicidad popular, el rostro concentrado (figuras a, e, f y g de la Imagen 1; figura j de la Imagen 2) se asocia con el dominio del actante como sujeto de atracción comercial. Su mirada es rígida, intensa y controlada, filtrando una energía contenida que busca captar la atención del espectador. Este tipo de rostro cumple una función de call to action: su mirada frontal y fija interpela al consumidor, lo convoca e impulsa hacia la compra inmediata y práctica.

Imagen 2. Selección de rostros en la publicidad popular en Gamarra



Fuente: Elaboración propia a partir del material fotográfico registrado en Gamarra, Lima

Por otro lado, a diferencia del anterior, el rostro esfuerzo (figuras b y g de la Imagen 1 y figuras k y l de la Imagen 2) evita el contacto visual directo con el espectador. Su mirada es esquiva, desviada o franqueada, como si el personaje se esforzara en no mirar, permitiéndose ser visto sin establecer una conexión intencional. Esta actitud introduce una nueva identidad actancial, distinta de la servidumbre explícita al consumo: en lugar de invitar directamente a la compra, se muestra distante, proyectando una imagen de inalcanzabilidad. Este segundo esquema rompe con la inmediatez del acto de compra y construye una narrativa basada en la falta: no enfatiza la posesión inmediata del objeto de consumo (“lo tienes, ya es tuyo”), sino que inscribe al consumidor en un juego de deseo y aspiración (“usted anhela esto que no tiene porque aún no está a su altura, pero podría estarlo”) respecto del objeto de deseo. En este sentido, el rostro del esfuerzo indiferente no es un rol acabado como el rostro concentrado, sino como un dispositivo que modula la relación entre el consumo y la carencia. Los lentes, presentes tanto en servicios ópticos como en algunas marcas textiles, refuerzan este efecto al ocultar parcialmente el rostro del consumidor, convirtiéndolo en un sujeto de ostentación, alguien que no desea mirar, pero sí ser visto.

En la publicidad popular, el uso de distintos tipos de rostros suele combinarse. Aunque en algunos casos se privilegia uno sobre otro, generalmente ambos se emplean de manera complementaria. Así, dentro de una misma pieza gráfica o publicitaria vernácula, coexisten el rostro que mira de frente y el que esquiva la mirada, el que connota practicidad y el que sugiere ostentación.

Si bien el rostro-concentrado y el rostro-esfuerzo establecen una oposición semántica y, por ende, generan la tensión que estructura la dinámica del

sentido corporal en la publicidad vernácula, existen dos rostros adicionales que amplían esta identificación actancial: el rostro-conformismo y el rostro-mantenimiento. Estos últimos complementan la tensión del rostro al introducir un matiz de distensión dentro de su rigidez. Mientras que los rostros de concentración y esfuerzo configuran la dureza e inflexibilidad, los de conformidad y mantenimiento generan un efecto de relajación, equilibrando así la estructura tensiva. Fontanille (2008), en su lectura de Paul Ricoeur (1996), identifica estos tipos: el rostro-conformismo se vincula con la identidad-idem, reflejando la estabilidad de un rol que se mantiene constante a lo largo del tiempo. En este caso, el rostro se relaja y normaliza, permaneciendo inscrito en el rol sin necesidad de reafirmarlo con tenacidad. Por otro lado, el rostro-mantenimiento implica una reinterpretación y reconstrucción del rol. No se trata de un esfuerzo forzado (disfuerzo) por construir una identidad, sino de una manera de sostener un relato coherente que integra que el rostro se distingue en la cotidianidad. Aquí, el rostro no se limita a replicar un modelo fijo, sino que expresa una identidad en continuo ajuste y evolución (Ricoeur, 1996).

En el consumo popular, el rostro-conformismo (ver Figura i, n y o de la Imagen 2), no se limita a una mirada concentrada y rígida, sino que también puede transmitir una sensación de adecuación respecto a una situación específica. En este caso, el rostro adopta una expresión patémica más sutil y susurrante, como una risa contenida o una mirada ligeramente distendida, una gestualidad que ya no implica una invitación frivolidada –como en el caso del rostro-concentración– sino más bien una actitud acorde con un entorno urbano y con la jovialidad cotidiana del consumo. Es un rostro que ríe, pero sin estridencias. Por contraste, el rostro-mantenimiento (Imagen m y ñ de la Imagen 2) retoma la mirada esquiva del rostro-esfuerzo, aunque con una diferencia clave: en lugar de sostener una expresión tensa que evita al espectador, el rostro-distinción construye un discurso de naturalidad, relajo y compostura fresca. La mirada se desvía de manera artificial, no como un gesto de evasión forzada, sino como parte de una actuación que simula haber sido capturada espontáneamente en la cotidianidad. Este gesto se complementa con una sonrisa leve o una mueca casual, reforzando la idea de un consumo que ya no es un objeto de deseo externo, sino algo incorporado a la cotidianidad, naturalizado. El rostro-mantenimiento, al buscar representar una apariencia de cotidianidad en la imagen publicitaria vernácula, se emplea con mayor frecuencia en los rostros de bebés, especialmente en marcas de ropa infantil. En estos casos, el infante, al no ser un sujeto de consumo que llame a otros a la compra, no puede sostener un rostro concentrado, lo que explica el uso de este rostro para este sector en la lógica publicitaria. Es importante señalar que, en la publicidad popular recopilada, únicamente se representan niños caucásicos, mientras que no se incluyen niños mestizos o negros.

Entre la adecuación del rostro-conformismo y la espontaneidad del

rostro-mantenimiento se genera un discurso que no está concentrado en la aspiracionalidad proyectada en el rostro-esfuerzo, ni en la determinación hacia la compra del rostro-concentración. No obstante, la presencia de un discurso de cotidianidad habilitado por el conformismo y el mantenimiento es aún menor (Tabla 2).

Tabla 2. Tipos, isotopía y frecuencia de rostridad

S1	S2	S3	S4
Rostro-concentración (n=89)	Rostro-conformismo (n=6)	Rostro-mantenimiento (n=16)	Rostro-esfuerzo (n=32)
Fisonomía de la acción [querer ver y ser visto]	Fisonomía de la adecuación (con el entorno de compra)	Fisonomía de la cotidianidad.	Fisonomía de la ostentación/ aspiración [no querer ver y ser visto]
miran de frente con rigidez	miran de frente pero relajados	desvían la mirada con actitud relajada	desvían la mirada con rigidez

Fuente: Elaboración propia a partir del material fotográfico registrado en Gamarra, Lima.

De los resultados obtenidos, los rostros concentrados (n=89) –aquellos que sostienen la mirada frontal del espectador– fueron los más frecuentes. En segundo lugar, se identificaron los rostros-esfuerzo (n=26), caracterizados por evadir el contacto visual y forzar gestos de ostentación. En menor proporción, aparecen los rostros-mantenimiento (n=16), que simulan una captura espontánea de lo cotidiano, aunque con un aire artificioso. Finalmente, con la menor frecuencia, se encuentran los rostros-conformismo (n=6), en los que los sujetos sonríen mientras miran de frente, transmitiendo una naturalización del consumo. Esto podría relacionarse con Gupta y Srivastav (2016) quienes señalan que las personas en la base de la “pirámide” socioeconómica tienden a involucrarse en la adquisición y exhibición de bienes con la única finalidad de obtener estatus social. No obstante, esta perspectiva no alcanza a explicar el uso de personajes mestizos en la publicidad. En este punto, se identificó un pequeño grupo de casos (n=7) que no encajaba en ninguna de las cuatro categorías de rostros establecidas. Esto se debe a que su representación no funcionaba como un rostro en sí, sino como una cabeza-figura, utilizada principalmente en pe-luquerías y salones de belleza. En estos casos, lo relevante no era la expresión facial, sino la cabeza en sí como objeto-mercancía.

La identificación de rostros en la publicidad popular revela que, en térmi-nos de etnicidad, los rostros caucásicos predominan en la representación del llamado de compra, especialmente a través de rostros concentrados (n=68) y rostros-esfuerzo (n=26). Esto sugiere que la imagen caucásica se asocia con el consumo inmediato y la ostentación en mayor medida que los rostros mestizos o aquellos vinculados a “lo cholo”. Respecto a estos últimos, si bien también aparecen rostros concentrados (n=19) representados por etnicidades mesti-zas, su presencia como rostros-esfuerzo es significativamente menor (n=5). Es

decir, “lo cholo” no se configura como un rostro para la ostentación, sino más bien como un rostro que atrae a la compra, con una predominancia de figuras femeninas, muchas veces sexualizadas, a diferencia de los rostros caucásicos. Finalmente, los rostros con fenotipos afrodescendientes son escasos ($n=4$) y tienen una distribución limitada: dos aparecen como rostros concentrados, uno como rostro-mantenimiento y otro como rostro-esfuerzo. No se registró ningún caso de rostro-conformismo ($n=0$). En términos generales, los rostros-conformismo son reducidos tanto en los rostros mestizos ($n=1$) como en los caucásicos ($n=5$).

Este análisis de recurrencias evidencia una funcionalidad diferenciada de las representaciones étnicas: lo blanco se asocia con la practicidad y la ostentación del consumo, mientras que lo cholo se presenta más como un rostro de atracción a la compra –frecuentemente sexualizada– que a la aspiracionalidad. Dicho esto, si la literatura (Kefala, 2024) señala que “lo blanco” se asocia con la modernidad, el éxito global y la riqueza en tanto hay una alineación entre el producto y la “raza”, este estudio identifica más bien que esta alineación no es evidente. Los rostros caucásicos son usados de forma transversal, más que específica de productos “elegantes” o de “lujo”. Además, los discursos de cotidianidad (conformismo y mantenimiento) son poco utilizados, lo que sugiere que en la publicidad popular el énfasis está puesto en la valoración directa del producto, la venta inmediata y la provocación al acto de compra. La idea de lo cotidiano y relajado se desmorona como un discurso fútil y artificial: no hay descanso en el consumo, no hay espacio para el reposo ni la contemplación, ni medios para la convivencia. En suma, no hay política. En todos los casos, la representación es individual, no hay grupos, salvo situaciones, no hay idea de común, solo fragmentación y collage. En este sentido, y aquí la convergencia con la investigación de Kruger (2010), los rostros del consumo popular, en su narrativa de aspiracionalidad (rostros esforzados), cotidianidad (rostros conformistas y de mantenimiento) y acción a la compra (rostros concentrados) construyen la figura de un agente ideal caucásico que no es un agente políticamente activo (común), sino más bien un consumidor en ascenso, asociado a la narrativa del crecimiento nacional con el éxito individual.

6. CONCLUSIONES

El análisis de la publicidad popular en Gamarra, actualmente, evidencia que el consumo aspiracional se organiza en torno a una estética de la intensidad. A partir del estudio de 143 rostros en 73 imágenes publicitarias, se identificaron cuatro categorías: concentrados, esforzados, conformistas y mantenidos. Entre ellas, los rostros concentrados y de esfuerzo resultaron predominantes, configurando un discurso visual en el que la tensión y la dureza modelan la figura del consumidor ideal. Esta estructura proyecta una aspiracionalidad atravesada

por rasgos fenotípicamente caucásicos, asociados al consumo inmediato y a la ostentación. Los rostros concentrados, con su mirada frontal y rígida, operan como un llamado directo a la compra (call to action), generando una sensación de urgencia. Por su parte, los rostros esforzados, que desvían la mirada con la misma rigidez, crean una imagen de inalcanzabilidad. En lugar de convocar de manera explícita al consumo, ponen en juego un deseo atravesado por la carencia, donde la aspiración opera como motor del acto de compra.

En contraste, los rostros relajados, sean conformistas o mantenidos, son menos frecuentes. Esta escasez indica que la publicidad no construye un discurso de naturalidad/cotidianidad en el consumo. Más bien, enfatiza la urgencia y la provocación a la compra. En este contexto, la idea de un consumo relajado es artificial, ya que el reposo no encaja en la lógica del mercado popular. Desde una perspectiva política, la ausencia de representaciones de descanso en la publicidad sugiere una exclusión de lo político en estos discursos visuales. Si, como plantea la teoría crítica, la política se gesta en el descanso y el tiempo libre, la publicidad popular niega ese espacio. La intensidad de los rostros anula momentos de relajo o contemplación, reforzando así una ética de consumo incesante donde el individuo es solo un consumidor, no un sujeto de comunidad. Esto revela una jerarquización racial en la representación de los rostros. Los caucásicos dominan los anuncios de mayor visibilidad y formatos grandes, mientras que los mestizos ("lo cholo") aparecen mayormente en publicidades orientadas a la sexualización o a la atracción de compra; la ausencia de estos rostros y la escasez de afroperuanos reflejan una exclusión racial persistente en el consumo popular.

Este estudio deja abiertas preguntas para futuras investigaciones. Es necesario explorar cómo los diseñadores y comerciantes justifican la elección de determinados rostros en la publicidad y qué criterios guían la selección de imágenes. También es importante analizar si hay una conciencia explícita sobre la aspiracionalidad racializada en estos anuncios y cómo los consumidores perciben estos rostros en sus decisiones de compra. Entrevistar a los creadores de estas imágenes ayudaría a comprender las estrategias detrás de la publicidad popular y su papel en la construcción de imaginarios aspiracionales.

REFERENCIAS

- Bell, D. M. & Moran, T. (2022). Superfine Quality, Absolute Purity, Daily Freshness: The Language of Advertising in United Cattle Products' Marketing of Tripe to British Workers in the 1920s and 1930s. In Lawrence, F. & Klein, J. (Eds.), *Food for Thought: Nourishment, Culture, Meaning* (pp. 113-130). Oxford: Oxford University Press.
- Benavides Coquínche, S. S. & Cabel García, A. (2022). Perspectivas de mujeres afroperuanas sobre representaciones discursivas racistas en dos comerciales de

- Negrita. *Boletín de la Academia Peruana de la Lengua*, (72), 187-218.
- Boulton, C. (2016). Black identities inside advertising: Race inequality, code switching, and stereotypethreat. *Howard Journal of Communications*, 27(2), 130-144. <https://doi.org/10.1080/10646175.2016.1148646>
- Brinson, N. H., Hubbard, K. & Berry, D. (2024). The prevalence and portrayal of Asian Americans in advertising: a comparative content analysis over three decades. *International Journal of Advertising*, 1-27.
- Campos, L. A., Felix, M. & Feres Junior, J. (2023). A Família Margarina Recebe Visitas: Branquitude e publicidade em cinco décadas (1968-2017). *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 38, e3811005.
- Claytor, C. P. (2021). Dreaming in Black: Middle-class Blacks' aspirational consumption. *Journal of Consumer Affairs*, 55(2), 483-503. <https://doi.org/10.1111/joca.12361>
- Creswell, J. W. & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage Publications.
- Cuevas-Calderón, E. & Villafuerte, J. V. (2022). Do cholo para el chamo: um estudo sobre a discriminação racial em Gamarra (Lima, Peru). *Todas as Letras-Revista de Língua e Literatura*, 24(3), 1-19. <https://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/tl/article/view/15761>
- De Donder, P. & Roemer, J. E. (2015). The dynamics of capital accumulation in the US: Simulations after Piketty. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 51, 356-375.
- Debord, G. (1967). *La sociedad del espectáculo*. La marca.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (2012) *Mil mesetas: Capitalismo y esquizofrenia*. Pre-Textos.
- Delupi, B. (2023). La potencia política de la máscara en discursos artistas. *Ñeátá*, 4(1), 3-13. <https://doi.org/10.30972/nea.336725>
- Duffy, B. E. (2013). Manufacturing authenticity: The rhetoric of "real" in women's magazines. *The Communication Review*, 16(3), 132-154. <https://doi.org/10.1080/10714421.2013.807110>
- Fanon, F. (2009). *Piel negra, máscaras blancas*. Ediciones Akal.
- Fernandes, P. M. (2024). A família Margarina tem melanina? Análise interseccional semiótica das representações familiares na publicidade. *Galáxia (São Paulo)*, 49, e64200.
- Fontanille, J. (2008). *Soma y sema. Figuras semióticas del cuerpo*. Fondo Editorial.
- Fontanille, J. (2025). Serial analysis of the pictorial work: Series, networks, rhizomes, interstitial space-times. In Marrone, G. & Pezzini, I. (Eds.), *Semiotics of Images: The Analysis of Pictorial Texts* (pp. 45-68). De Gruyter Mouton.

- Foucault, M. (1975). *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Gallimard.
- Gastelumendi, C. M. (2011). De indio a serrano: nociones de raza y geografía en el Perú (siglos XVIII-XXI). *Histórica*, 35(1), 53-102.
- Greimas, A. J. & Fontanille, J. (1994). *Semiótica de las pasiones: de los estados de cosas a los estados de ánimo*. Siglo XXI.
- Gupta, S. & Srivastav, P. (2016). Una investigación exploratoria del consumo aspiracional en la base de la pirámide. *Journal of International Consumer Marketing*, 28(1), 2-15. <https://doi.org/10.1080/08961530.2015.1055873>
- Jiménez, J. E. P., Londoño, C. S. & Montoya, A. N. (2021). El génesis de la publicidad vernácula. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (129), 203-218. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi129.4882>
- Kefala, C. (2024). Beyond Barbie: Representations of whiteness in China's digital advertising. *Global Media and China*. <https://doi.org/10.1177/20594364241301522>
- Kruger, L. (2010). Critique by stealth: aspiration, consumption and class in post-apartheid television drama. *Critical Arts: A Journal of South-North Cultural Studies*, 24(1), 75-98.
- Leone, M. (2021a). Mala cara: normalidad y alteridad en la percepción y en la representación del rostro humano. *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 30, 191-211. <https://doi.org/10.5944/signa.vol30.2021.29305>
- Leone, M. (2021b). El rostro aumentado: Trayectorias tecnológicas de lo falso. En Valdivieso, H. & Rojas Palma, L. (coordinadores), *Next: Imaginar el Post-Presente: Filosofía, arte y tecnología en la cultura digital* (págs. 55-76). Universidad Católica Andrés Bello.
- Leone, M. (2022). Filosofías del rostro. *Opúsculo Religioso*, 35, 31-67. https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/19006/02-leone.pdf
- Mensa, M. & Mueller, S. (2024). More than you see: lack of diversity in Brazilian creative departments. *Journal of Gender Studies*, 33(8), 991-1009. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1080/09589236.2024.2326968>
- Miranda-Peláez, M. & Chávez-Chuquimango, M. (2024). Percepciones de mujeres peruanas sobre la manipulación fotográfica digital del cuerpo femenino en la publicidad. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 68), 694-706.
- Mishra, S. (2021). Globalizing male attractiveness: Advertising in men's lifestyle magazines in India. *International Communication Gazette*, 83(3), 280-298. <https://doi.org/10.1177/1748048521992498>
- Mnisi, J. (2015). Burning to consume? Izikhothane in Daveyton as aspirational consumers. *Communicatio*, 41(3), 340-353. <https://doi.org/10.1080/02500167.2015.1093322>

- Neme-Chaves, S. R. & Sierra-Puentes, M. C. (2024). Productos de higiene básicos considerados lujo: un estudio en población base de la pirámide económica en Colombia. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 37, 1-19. <https://doi.org/10.46661/rev.metodoscuant.econ.empresa.7269>
- Ricoeur, P. (1996). *Si mismo como otro*. Siglo XXI.
- Rodríguez Arcos, I. (2019). Traducción publicitaria y violencia simbólica: las posttraducciones de los cánones de belleza occidentales en las campañas de Estée Lauder. *Hikma*, 18(1), 9-32. <https://helvia.uco.es/handle/10396/19470>
- Rojas, M. & Luque, J. (2019). Estamos de paso. Informalidad y ciudadanía precaria como proceso de despolitización: el caso del emporio comercial Gamarra en Lima (2012-2018). *Revista del Centro de Investigación de la Universidad La Salle*, 13(51), 41-66. <https://revistasinvestigacion.lasalle.mx/index.php/recein/article/view/1867>
- Rojas, M. (2012). *La experiencia de compra en Gamarra. Aportes preliminares*. Fondo Editorial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Rojas, M. (2014). *Gamarra invisible. El principal emporio del país desde la perspectiva de sus trabajadores*. Fondo Editorial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Soon, J. J. (2022). Quantile analysis of the aspirational middle class in Malaysia: spending behaviour emulation or dissociation? *International Journal of Social Economics*, 49(7), 993-1008. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2021.1885476>
- Srivastava, A., Mukherjee, D. S. & Jebarajakirthy, C. (2023). Triggers of aspirational consumption at the base of the pyramid: a qualitative inquiry from Indian context. *Journal of Strategic Marketing*, 31(1), 154-184. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2021.1885476>
- Srivastava, A., Mukherjee, S. & Jebarajakirthy, C. (2020). Aspirational consumption at the bottom of pyramid: A review of literature and future research directions. *Journal of Business Research*, 110, 246-259.
- Ucelli, F. & Llorens, M. G. (2017). *Solo zapatillas de marca: Jóvenes limeños y los límites de la inclusión desde el mercado*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Vargas, N. V. (2014). "Negra soy, color bonito": el papel de la raza en la identidad de los afrodescendientes en el Perú. *Debates en Sociología*, (39), 73-125. <https://doi.org/10.18800/debatesensociologia.201401.003>
- Voto, C., Finol, J. E. & Leone, M. (2021). *El rostro en el horizonte digital latinoamericano*. *Designis*, 1. <https://www.designisfels.net/hors-serie/el-rostro-en-el-horizonte-digital-latinoamericano/>
- Yalán Dongo, E. & León, E. (2021). *La reapropiación del sentido: Introducción a una semiótica marxista*. Lancom.

Yalán Dongo, E. (2019). *Semiótica del consumo: Una aproximación a la publicidad desde sus signos*. Ediciones de la U.

Yalán Dongo, E. (2020). Trayectos de la publicidad popular: Semiótica de la gráfica publicitaria en espacios visualmente contaminados en el centro de Lima, Perú. *Global Media Journal México*, 17(33), 5. <https://doi.org/10.29105/gmjmx17.33-5>

Zilberberg, C. (2016). *De las formas de vida a los valores*. Universidad de Lima.

* Contribución de autoría: La concepción del trabajo científico fue realizada por Eduardo Yalán Dongo y Adriana Nicol Espinoza Fernández. El diseño de la investigación la llevó a cabo Eduardo Yalán Dongo. La recolección y diseño del instrumento de recuperación de las imágenes (datos) utilizados estuvo a cargo de Adriana Nicol Espinoza Fernández. La interpretación y análisis de datos estuvo a cargo de Eduardo Yalán Dongo. La redacción del manuscrito fue realizada por Eduardo Yalán Dongo y Adriana Nicol Espinoza Fernández. Todos los autores revisaron y aprobaron el contenido final del manuscrito.

* 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 LOS AUTORES

Eduardo Yalán Dongo. Doctor –candidato– y Magister en Filosofía, Pontificia Universidad Católica del Perú (Perú). Docente, Pontificia Universidad Católica del Perú, Universidad de Lima (Perú) y Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (Perú). Integrante, Asociación Peruana de Semiótica, Grupo de Investigación Semiótica del Instituto de Investigación Científica de la Universidad de Lima y Circolo Materialista Del Linguaggio E Del Lavoro –que vincula a profesores de Perú e Italia–. Autor del libro *Semiótica del consumo: una aproximación a la publicidad desde sus signos* (2018, Fondo Editorial de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas), coautor –junto con Enrique León– del libro *La reapropiación del sentido* (2021, Editorial Lancom), coeditor –junto con Enrique León y Paulo Lévano– del libro *Semiótica y trabajo: Ensayos sobre el trabajo contemporáneo* (2024, Fondo Editorial Universidad de Lima) y coautor –junto con Sebastián Pimentel– del libro *Tierra, Imagen, Signo. América Latina y la filosofía* (2025, Cepo para nutria). Investiga y publica artículos sobre semiótica (consumo, análisis del discurso, movimientos sociales, epistemología) y filosofía contemporánea y latinoamericana (materialismo y espiritualismo).

Adriana Espinoza. Bachiller –candidata– en Comunicación con mención en Publicidad, Pontificia Universidad Católica del Perú (Perú). Coautora –junto con José Miguel Guerra– del artículo “Las retóricas silenciadas. Retórica visual de grafitis censurados por gobiernos conservadores en el espacio urbano” (2025, revista *Estudios Semióticos* de la Universidad de São Paulo, Brasil). Pertenece al grupo de investigación “Semiótica Estudio” (Perú) a cargo de Eduardo Yalán Dongo. Sus líneas de investigación se centran en las semióticas de la comunicación digital, la publicidad y los espacios urbanos contemporáneos.

La distorsión paródica del rostro

Javier Milei en la revista *Barcelona*

The parodic distortion of the face

Javier Milei in *Barcelona* magazine

A distorção paródica do rosto

Javier Milei na revista *Barcelona*

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4113>

► MARÍA LOURDES GASILLÓN

mlgasillon@yahoo.com.ar – Mar del Plata – Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1121-0367>

CÓMO CITAR: Gasillón, M. L. (2025). La distorsión paródica del rostro. Javier Milei en la revista *Barcelona*. In *Mediaciones de la Comunicación*, 20(2). <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4113>

Fecha de recepción: 20 de abril de 2025

Fecha de aceptación: 8 de octubre de 2025

RESUMEN

Este artículo propone un acercamiento a la revista *Barcelona*, edición digital, (2023-continúa), desde una perspectiva semiótica que contempla tanto la dimensión paratextual como la parodia de discursos, personajes y acontecimientos de la actualidad argentina. En particular, se analizará el punto de vista crítico que articula la publicación y los procedimientos de connotación –como el uso de imágenes trucadas, poses absurdas, titulares hiperbólicos, lenguaje vulgar,

entre otros– mediante los cuales construye una imagen distorsionada del cuerpo y el rostro del presidente argentino Javier Milei. La identificación del rostro del protagonista en un contexto social y político determinado permite acceder a esa *colmena de células semióticas*, como que señalan Voto, Finol y Leone (2021). Finalmente, observaremos de qué modo las tapas de *Barcelona*, edición digital, crean múltiples sentidos gracias a una composición de tipo *collage*, que configura una escena ficcional con pequeñas partes de imágenes descontextualizadas que, en el nuevo conjunto creado, en su nuevo ensamblaje, producen una marcada significación paródica y satírica del presidente como figura central de lo *reidero mediático*.

PALABRAS CLAVE: Javier Milei, revista *Barcelona*, rostro, parodia, semiótica.

ABSTRACT

This article proposes an approach to *Barcelona*, digital edition, (2023-present), from a semiotic perspective that considers both the paratextual dimension and the parody of discourses, characters, and current events in Argentina. In particular, it will analyze the critical point of view that articulates the publication and the connotation procedures –such as the use of doctored images, absurd poses, hyperbolic headlines, vulgar language,

among others— through which it constructs a distorted image of the body and face of Argentine President Javier Milei. The identification of the protagonist's face in a given social and political context allows access to that *hive of semiotic cells*, as Voto, Finol, and Leone (2021) point out. Finally, we will observe how the covers of *Barcelona*, digital edition, create multiple meanings thanks to a collage-like composition, which configures a fictional scene with small parts of decontextualized images that, in the newly created set, in their new assembly, produce a marked parodic and satirical significance of the president as a central figure of the *media's laughable*.

KEYWORDS: *Javier Milei, Barcelona magazine, face, parody, semiotics.*

RESUMO

Este artigo propõe uma abordagem de *Barcelona*, edição digital, (2023-em andamento), a partir de uma perspectiva semiótica que considera tanto a dimensão paratextual quanto a paródia de discursos, personagens

e atualidades na Argentina. Em particular, analisará o ponto de vista crítico que articula a publicação e os procedimentos de conotação –como o uso de imagens manipuladas, poses absurdas, manchetes hiperbólicas, linguagem vulgar, entre outros– por meio dos quais se constrói uma imagem distorcida do corpo e do rosto do presidente argentino Javier Milei. A identificação do rosto do protagonista em um determinado contexto social e político permite o acesso a essa *colmeia de células semióticas*, como apontam Voto, Finol e Leone (2021). Por fim, observaremos como as capas do *Barcelona*, edição digital, criam múltiplos significados graças a uma composição em forma de colagem, que configura uma cena ficcional com pequenos trechos de imagens descontextualizadas que, no conjunto recém-criado, em sua nova montagem, produzem uma marcada significação paródica e satírica do presidente como figura central do *ridículo midiático*.

PALAVRAS-CHAVE: *Javier Milei, revista Barcelona, rosto, paródia, semiótica.*

1. INTRODUCCIÓN

“Desde sus orígenes y a través de la historia humana el cuerpo ha sido y es el escenario fundamental de los procesos de productividad simbólica. Hoy ocupa lugar privilegiado, en intensidad y frecuencia, en los procesos culturales que tienen como centro los masivos, omnipresentes y omniabarcantes medios de producción, distribución y venta de contenidos que se expresan en poderosos signos y símbolos. El cuerpo no es solo un objeto biológico. El cuerpo es una palabra”.

José Enrique Finol (2015), *La Corposfera. Antropo-semiótica de las cartografías del cuerpo*.

“Para entender el proceso de construcción de significado (...) sería bastante engañoso considerar únicamente el cuerpo, sin tener en cuenta también la gama completa de prácticas intersubjetivas en las que se crea”.

Patrizia Violi (2008), *Beyond the Body: Towards a full embodied semiosis*.

Durante las últimas décadas, gracias al crecimiento exponencial de Internet (en todas sus expresiones: redes sociales, blogs, plataformas digitales, sitios web), de los medios masivos de comunicación y del predominio de la imagen tanto en el ámbito privado como en el ámbito público, el cuerpo ha pasado a ocupar un lugar destacado en la producción de sentidos. José Enrique Finol (2015) explica que el fenómeno corporal se inscribe y adquiere diferentes significados según la cultura y la sociedad en las que aparece. Por lo tanto, “no es solo un objeto antropológico, vale decir un objeto social y cultural, sino también, complementariamente, un espacio lleno de significaciones” (p. 28). De ahí que el cuerpo sea un signo (Finol, 2009) que, valga la redundancia, “significa” en todo momento. En esta línea, Patrizia Violi (2008) retoma la semiótica de Charles Peirce (quien no desarrolla de manera explícita el rol del cuerpo en la semiosis), para subrayar la función central de la percepción en los procesos inferenciales de base corporal para interpretar sentidos.

Así, para registrar la realidad externa se necesitan dispositivos inferenciales y abductivos propios del razonamiento anclados, al mismo tiempo, en el funcionamiento fisiológico del cuerpo: “la semiosis comienza en el cuerpo y en sus procesos perceptivos y propioceptivos” (Violi, 2008, p. 244). En consecuencia, debido a sus estrechas relaciones con el contexto y la cultura, el cuerpo constituye una corposfera, entendido como una parte de la semiosfera

propuesta por Iuri Lotman¹. El autor venezolano destaca que no es un conjunto regular y homogéneo, por el contrario, es “una jerarquía dinámica, sistemática, donde era [es] posible encontrar fronteras internas” (Finol, 2022a, p. 186). Precisamente, la corpósfera es una de esas “fronteras internas”, pues las semiosis corporales ocupan un lugar importante en la semiosfera². Asimismo, el cuerpo se encuentra en relación constante con el mundo, en consecuencia, los sentidos diversos que genera nacen en un contexto social y cultural determinado (esta idea será muy importante en nuestro trabajo). De allí que la corporeidad sea definida como un

conjunto de los imaginarios dinámicos que una sociedad, gracias a la acumulación de sus experiencias, en un momento histórico determinado y en una cultura concreta, atribuye al cuerpo, considerado como un objeto semiótico inserto en un mundo que lo caracteriza, lo significa, y al que, al mismo tiempo, el cuerpo, gracias a su riqueza comunicativa, también caracteriza y semiotiza. (Finol, 2015, p. 10)

Si tenemos en cuenta la cartografía o morfología propuesta por Finol (2015), el cuerpo puede segmentarse en tres niveles: alto, medio y bajo (a su vez, divididos en los lados anterior, posterior y lateral). Para los fines de este artículo, en el primer nivel, que involucra la cabeza, nos detenemos en el lado anterior, es decir, en el rostro, que debe diferenciarse de la cara en un análisis semiótico, como señalan varios autores (Finol, 2015; Finol & Finol, 2021; Ramírez Martínez, 2021; Voto, Soro, Fernández & Leone, 2023)³. El rostro está

¹ En 1984, Lotman creó el concepto de semiosfera, inspirado en la biosfera del científico ruso Vladímir I. Vernadski para el ámbito de las ciencias naturales. Ello implica que el hombre está inmerso en un espacio semiótico inseparable de la lengua, los símbolos y los signos que lo rodean. Para comprender la cultura, Lotman parte del conjunto, el nivel global/macro, para detenerse después en las unidades o actos signícos particulares que la componen. En su acercamiento a la semiosfera desde la semiótica de la cultura, el semiólogo eslavo señala: “Se puede considerar el universo semiótico como un conjunto de distintos textos y de lenguajes cerrados unos con respecto a los otros. Entonces todo el edificio tendrá el aspecto de estar constituido de distintos ladrillitos. Sin embargo, parece más fructífero el acercamiento contrario: todo el espacio semiótico puede ser considerado como un mecanismo único (si no como un organismo). Entonces resulta primario no uno u otro ladrillito, sino el gran sistema, denominado semiosfera. La semiosfera es el espacio semiótico fuera del cual es imposible la existencia misma de la semiosis. Así como pegando distintos bistecs no obtendremos un ternero, pero cortando un ternero podemos obtener bistecs, sumando los actos semióticos particulares, no obtendremos un universo semiótico. Por el contrario, sólo la existencia de tal universo —de la semiosfera— hace realidad el acto signíco particular” (1996, p. 12).

² Finol habló de corpósfera (semiosfera corporal) por primera vez en 2010, durante una conferencia titulada “La corpósfera: para una cartografía del cuerpo”, en el VI Congreso Venezolano Internacional de Semiótica. Finol (2015) analiza la cartografía (mapa) de las diversas significaciones del cuerpo y la corporeidad, desde una visión cultural de base antropológica y semiótica. La corporeidad está definida a partir de la experiencia: “un constructo operativo que se genera en cuatro direcciones que dinámicamente se constituyen, la primera, en los procesos de ‘sensación’ y ‘percepción’; la segunda, en la constitución de ‘significaciones’ atribuidas a los insumos sensitivos y perceptivos; la tercera, en la constitución de una ‘memoria’; y la cuarta, en la posterior proyección de esa ‘memoria’ en la ‘interpretación’ de los nuevos procesos sensitivos y perceptivos” (p. 14).

³ En la “Introducción” del libro *Rostrotopías. Mitos, narrativas y obsesiones de las plataformas digitales*, Voto, Soro, Fernández y Leone (2023) señalan: “Si es cierto que, por naturaleza, todas las personas tenemos una cara de la misma manera es verdadero que en lo cultural nuestras caras devienen objetos de valor, rostros culturales que dan forma a necesidades, inquietudes y novedades. (...) Los rostros siempre son el resultado de una dimensión situada, instalándose en una frontera entre lo biológico y lo cultural. Cada rostro es, de hecho, huella de su tiempo y lleva inscritas las marcas de su entorno cultural, de las tecnologías de producción y reproducción y de las dinámicas de intercambios de valores” (pp. 9 y 10).

compuesto por un conjunto de significantes que produce una significación contextualizada, influida por códigos culturales, históricos y sociales. Entre sus elementos expresivos se encuentran los ojos, las cejas, la boca, la nariz, la frente, que, al mismo tiempo, significan según determinadas acciones de cierre y apertura, movimiento y reposo, brillo y opacidad, entre otras. (Finol, 2015). En ello radica su principal característica respecto de la cara (de naturaleza física, una de las partes del cuerpo con más componentes, pese a su tamaño reducido), ya que el rostro es una “construcción”, como afirma Fernando Vásquez Rodríguez (Finol & Finol, 2021; Ramírez Martínez, 2021): de él se sirve el ser humano para comunicar y transmitir significados de manera extraverbal, en especial, a partir de la tríada formada por los ojos, la nariz y los labios.

En este punto, resulta interesante el concepto de rostrosfera –enunciado por Massimo Leone en 2020, en el marco de una serie de conferencias dictadas en la Universidad de Turín, como parte del proyecto Facets, dirigido por el especialista–, que refiere a la mutación progresiva de la cara en rostro a partir de procesos experienciales estructurados en etapas interrelacionadas de manera dialéctica y dinámica: sensación, percepción, reconocimiento e identificación (Finol, 2022b). En la etapa de identificación, se produce el reconocimiento total, en el que participan las variables físicas, los movimientos y los gestos modulados por el contexto social, histórico, cultural o familiar; en otras palabras, aquí es donde “una cara se transforma en un rostro” (Finol, 2022b, p. 17).

Una vez enunciados estos presupuestos teóricos, a continuación, analizaremos cómo funcionan en nuestro objeto de estudio. En particular, nos detendremos en la configuración semiótica del rostro del presidente Javier Milei en la revista Barcelona –edición digital–, que lo representa a través de la parodia, la distorsión, la hipérbole, entre otros recursos humorísticos, que refuerzan un juicio directo y ridiculizante hacia el mandatario. Esta propuesta se detendrá en algunos aspectos de la matriz constructiva de la revista argentina a partir de una selección de tapas publicadas entre 2023 y 2024 que tienen a Milei como protagonista⁴. En ellas, observaremos determinados procedimientos de connotación (Barthes, 2017a) que responden al concepto de lo reidero (Traversa, 2009a) en relación con el contexto sociopolítico contemporáneo, focalizándonos en una estrategia editorial recurrente por la cual el rostro de la figura presidencial aparece desfigurado o perteneciente a un cuerpo que no es el propio.

2. UNA APROXIMACIÓN A BARCELONA, EDICIÓN DIGITAL

Barcelona –creada y editada en sus inicios por Pablo Marchetti, Ingrid Beck y Mariano Lucano– se publicó desde abril del 2003 (luego de la crisis económica, política y social que vivió la Argentina en 2001) hasta diciembre de 2021.

⁴ Javier Milei es un economista y político argentino que lidera el partido La Libertad Avanza. Fue miembro de la Cámara de Diputados (2021-2023) y desde el 10 de diciembre de 2023 es el presidente de Argentina.

A partir de enero de 2023, volvió a salir en formato digital, y puede adquirirse en la tienda oficial⁵. Pese a no tener publicidad, la revista argentina subsiste en el mundo editorial y es popular en el ámbito periodístico, gracias a la difusión a través de su biblioteca virtual –Barcelona, edición digital– y de las redes sociales (Facebook, X e Instagram). El eslogan que la identificaba en el formato papel era “Una solución europea para los problemas de los argentinos”; en su edición digital es reemplazado por “Una solución digital para los problemas de los argentinos”, aunque varía el adjetivo que acompaña a “solución” según la temática central de cada número⁶. A grandes rasgos, Barcelona constituye una parodia de las publicaciones “sensacionalistas”: sus titulares “catástrofe” (formados por letras grandes, de colores), llamativos, hiperbólicos, enunciadados en lenguaje vulgar y de dudosa credibilidad, muchas veces con contenidos sexuales. De este modo, la revista reproduce el estilo de la “prensa amarilla” del siglo XX, considerada “baja”, “periodismo basura” (Steimberg, 2013, pp. 167-170)⁷. Principalmente, retoma elementos de la “prensa seria” –también denominada “prensa blanca”– que se consume a gran escala en Argentina, como Infobae, La Nación, Clarín, la revista Caras, entre otros medios que, con frecuencia, son objeto de su crítica.

Más allá del cambio del soporte en papel de sus inicios al digital, esta revista independiente no distingue entre los destinatarios de su “burla mordaz” construida desde el “humor negro, bajo, incorrecto para las buenas costumbres y la moral” (Fratlicelli, 2008, p. 117); discursos, instituciones, políticos, periodistas, actores, deportistas, empresarios, conductores de televisión, modelos, músicos y cualquier figura con cierta trascendencia o repercusión actual desfilan por sus páginas irreverentes (Gasillón, 2022) y constituyen el blanco de su sátira⁸. En las tapas de la edición digital (Imágenes 1 y 2) aparece una “advertencia”, inscrita en cuatro octógonos negros, similares a las etiquetas de advertencia de consumo, en la que se declara de modo explícito su objetivo principal. Barcelona

⁵ Las tapas que forman parte del corpus de este artículo fueron recuperadas del sitio web: <https://digital.revisbarcelona.com/library/filter?collection=edicion-digital>

⁶ La leyenda clásica que identifica a Barcelona: “Una solución europea para los problemas de los argentinos”, plantea una relación intertextual con el diario Clarín, si bien la referencia presenta un sentido diferente del slogan al que remite: “Un toque de atención a la solución argentina de los problemas argentinos”.

⁷ Entendemos la parodia como un tipo de relación transtextual que consiste en “la presencia efectiva de un texto en otro” (Genette, 1989, p. 10), y puede adoptar la forma de cita, plagio o alusión. De este modo, se establece una relación intertextual entre el objeto parodiado y el parodizante, que modifica y hace releer de otra forma el texto fuente (Jitrik, 1993), por lo tanto, la parodia es el producto de esa interacción. Se crea un nuevo texto a partir de uno que preexiste –hipertextualidad según la clasificación de Genette–. Barcelona remarca hábitos sociales, vicios, aspectos negativos de la sociedad y la política mediante la parodia y la sátira, recursos en los que la palabra “se vuelve ambivalente” (Kristeva, 1981, p. 201), tiene un carácter bivoocal (Bajtín, 2005, pp. 269-270). En el caso de la parodia, se introduce un significado opuesto al de la palabra del otro ajena (Kristeva, 1981; Bajtín, 2005), debido a que se realiza la transformación de un género periodístico serio (y otros discursos originados en la política, la historia, la moda, la prensa), mediante un estilo y un lenguaje vulgar, en uno antitético, de significación cómica con matiz crítica (Genette, 1989).

⁸ La sátira es un fenómeno extratextual que apunta a una crítica social. Presenta un ethos (“un estado afectivo suscitado en el receptor por un mensaje particular”) marcadamente negativo, despreciativo y desdenoso. Su intención es corregir y evaluar vicios de la sociedad: la noción de “irrisión ridiculizante con fines reformadores es indispensable para la definición del género satírico” (Hutcheon, 1981, p. 181).

copia de modo paródico la Ley 27642 de etiquetado frontal (reglamentada desde marzo de 2022) que rige en Argentina para promover la alimentación saludable mediante avisos en los envases de productos comestibles⁹, y, con un sentido muy diferente, expone en tapa cuatro etiquetas octogonales, con borde y letras de color blanco en mayúsculas en la parte superior de la portada que especifican las características centrales de la publicación: “Alto en sátira”, “Saturado en fruta”, “Excedido en ironía”, “Alto en burla”.

Imagen 1. Caracterización del presidente argentino Javier Milei



Fuente: *Barcelona*, edición digital, N° 32, mayo de 2024 – <https://digital.revisbarcelona.com/reader/barcelona-digital-32>

⁹ En la página web del Ministerio de Salud, se aclara que esta ley “Promueve el derecho a la salud y a contar con información clara y veraz sobre el contenido de nutrientes críticos en los alimentos envasados y bebidas sin alcohol”. Si los productos contienen ingredientes y valores superiores a los permitidos en la ley, se imprime en la cara principal del envase un sello de advertencia indeleble por cada nutriente crítico en exceso, entre los que se incluyen: “Exceso en azúcares”, “Exceso en sodio”, “Exceso en grasas saturadas”, “Exceso en grasas totales”, “Exceso en calorías” (Ministerio de Salud, 2022).

Imagen 2. Milei y sus amigos de la derecha



Fuente: Barcelona, edición digital, Nº 15, septiembre de 2023 – <https://digital.revisbarcelona.com/library/publication/barcelona-digital-15>

Las tapas adelantan el estilo y el tono transgresor que definen a la revista, debido a que, en muchas ocasiones (pero no siempre), presentan noticias inverosímiles y absurdas, dibujos, imágenes trucadas, personajes satirizados, por mencionar algunos de los recursos utilizados. Al mismo tiempo, en la portada, se define el tipo de lector que consume el medio y acepta el contrato de lectura (Verón, 1985). La tapa es el “umbral del texto, primer contacto del lector con el material impreso, el paratexto es un instructivo, una guía de lectura” (Alvarado, 1994, p. 19), dado que anticipa la información y la modalidad de presentación del contenido. Los casos seleccionados pertenecen a la clase de “tapa signo”, porque incorporan textos (“pistas”, “instructivo”) que presentan los temas abordados y señalan un recorrido de lectura que podrá seguirse en el resto del número (Cingolani, 2008)¹⁰. Además, son indicadores de la agenda mediática,

¹⁰ La tapa es un dispositivo comunicacional autónomo (Traversa, 2011), con cierta autonomía en su diagramación y utilización de procedimientos, que se destaca del conjunto de la revista, pero está vinculado con ella. Puede pensarse en cuanto “operador de separación” entre el interior del tejido semiótico que constituye el medio y el exterior (capacidad de llamar la atención del consumidor posible para “instalarse en la circulación discursiva”) (Traversa, 2009b).

pues mencionan ciertos tópicos que le interesan a un público específico, en un determinado momento del año (Traversa, 2009a). Este tipo de relación trans-textual es la paratextualidad, que involucra los titulares, los subtítulos y las ilustraciones, es decir, aquellas “señales accesorias, autógrafas o alógrafas, que procuran un entorno (variable) al texto” (Genette, 1989, p. 11).

3. LA CONSTRUCCIÓN DEL ROSTRO DE JAVIER MILEI

Como adelantamos más arriba, los titulares de Barcelona, al igual que su contenido, destacan en el periodismo y las redes sociales por ser controvertidos y expresar invectivas u opiniones en contra de otros medios gráficos, figuras públicas, sectores sociales, empresariales y políticos. Desde que comenzó su “era digital”, por ejemplo, el actual presidente de Argentina, Javier Milei, ha sido protagonista de quince tapas desde 2023. A continuación, se presentan algunas de ellas (Imágenes 3 y 4).

Imagen 3. La ridiculización del –por entonces– futuro mandatario



Fuente: *Barcelona*, edición digital, N° 21, noviembre de 2023 – <http://digital.revisbarcelona.com/library/publication/barcelona-digital-21>

Imagen 4. Distorsión del rostro presidencial



Fuente: *Barcelona*, edición digital, N° 47, diciembre de 2024 – <https://digital.revisbarcelona.com/library/publication/digital-47>

En ambos casos, podemos identificar un procedimiento semejante en la maquetación editorial: el rostro de Milei, con diferentes expresiones faciales, está incrustado en el cuerpo de personajes populares, reconocidos por cualquier lector. En el primer objeto, la imagen corresponde casi por completo al afiche promocional del villano Edward Nigma, apodado “El Acertijo” / Riddler (personificado por Jim Carrey), que apareció en *Batman Forever*, la tercera película de la saga de Batman, estrenada en 1995. Además del rostro risueño e irónico del entonces futuro presidente –en ese momento– asociado con los rasgos típicos del personaje del cómic (inteligencia, obsesión por los juegos y los acertijos, narcisismo, superioridad intelectual), los editores cambian el logo del murciélago de Batman por el águila representativa de La Libertad Avanza y en el eslogan de la revista lo catalogan como “vendepatria”. El gran enigma consistía, por aquel momento, en determinar si Milei cumpliría o no con las

medidas de ajuste y privatización de entidades estatales y con los despidos de empleados públicos durante su gobierno.

Un año después, la tapa del N° 47 presenta a Milei caracterizado como Papá Noel o Santa Claus, aunque la imagen adquiere connotaciones muy diferentes a las tradicionalmente asociadas con la figura navideña que reparte regalos a los niños. La expresión de su rostro –retocado con un rubor rojizo en pómulos y nariz– y la sonrisa macabra intensifican el sentido del titular que acompaña la fotografía, en el que se lo describe como un personaje obsesivo, no sólo en relación con los recortes económicos (simbolizados por la motosierra que él mismo exhibe con frecuencia), sino también con el uso reiterado de metáforas de orden sexual que involucran a niños y vaselina en sus discursos y entrevistas. Estas declaraciones, junto con las medidas implementadas durante su gestión, han sido objeto de amplia cobertura mediática, tanto nacional como internacional, generando repercusiones diversas.

La identificación con el líder de La Libertad Avanza se da exclusivamente por el reconocimiento de su rostro (descontextualizado, en un cuerpo que no le pertenece), pues “no solo cumple un papel comunicativo de una gran potencia, sino también es capital en los procesos identitarios, tanto individuales como sociales y culturales” (Finol, 2022b, p. 27). En el N° 47, de diciembre, hay otro juego de palabras muy interesante: el titular destaca la palabra “papada”, que alude a un cuello con volumen excesivo debajo del mentón y la mandíbula por acumulación de grasa. De esta manera, Barcelona construye lo reidero mediático (Traversa, 2009a) desde tapas, en las que se advierte la pretensión de distanciarse de lo serio y suscitar una risa “potencial”. La operación consiste en retomar un elemento recurrente en la prensa y las redes sociales: la obsesión del Milei por ocultar o disimular la papada en sus fotografías¹¹. Como marca de identidad, lo reidero se configura a través de procedimientos retóricos que establecen un vínculo entre la escritura con las imágenes (caricaturas, ilustraciones, fotos modificadas):

La tapa del N° 41 pone al presidente en un ridículo aún mayor que las precedentes (Imagen 5).

11 En diferentes medios de comunicación argentinos se menciona este tema. En esta línea, la revista Noticias (de frecuencia semanal y publicada por la Editorial Perfil; aborda temas políticos, del espectáculo y la actualidad social desde un punto de vista serio, muy diferente al de Barcelona, si bien practica en sus tapas el recurso de alterar imágenes para transmitir determinados significados) dedicó más de quince números al presidente y los miembros de su gestión. En enero de 2024, al comienzo del mandato presidencial, una nota (titulada “Estética presidencial: un viaje a la insólita obsesión de Milei”) desarrolla en extenso el insistente interés de Milei por disimular ciertas características de su cuerpo –como la papada, la gordura, la edad– en fotografías retocadas y videos en los que aparece (González, 2024).

Imagen 5. Crítica directa a la investidura presidencial



Fuente: *Barcelona*, edición digital, N° 41, septiembre de 2024 – <https://digital.revisbarcelona.com/library/publication/barcelona-digital-41>

Lo reidero hace funcionar diferentes aspectos al mismo tiempo. En primer lugar, el objetivo central de la crítica está en el reconocimiento del rostro de Milei, ya que

en cuanto el rostro se expone o se programa para su exposición, de inmediato se vuelve un lugar de matrices de signos y patrones de interpretación, guiados por una específica ideología semiótica del rostro. El rostro cesa de ser un conjunto de células biológicas y se vuelve una colmena de células semióticas, en cuya configuración y reconfiguración trabajan incesantemente signos, discursos y textos variados, con complicados efectos de superposición en el tiempo y en el espacio. Nuestras caras son enjambres semióticos constantemente mutantes, pero no amorfos. Los rostros individuales se coagulan en semblantes, en contrapartes fisiognómicas, estáticas y dinámicas de las personalidades, de las historias genéticas y psicológicas, de los accidentes y de las decisiones de la vida. Nuestras caras se vuelven rostros, relatos corporales de vidas. (Voto, Finol & Leone, 2021, p. 8)

A partir de la identificación del rostro del protagonista, podemos acceder a esa “colmena de células semióticas” que señalan Voto, Finol y Leone (2021). Lo que sucede aquí –y en todos los ejemplares de *Barcelona*– es la creación de múltiples sentidos gracias a una composición de tipo collage, que construye una escena ficcional a partir de pequeñas partes de imágenes descontextualizadas pero que, en el nuevo conjunto creado, adquieren una fuerte significación paródica y satírica. En palabras de Leone (2019):

Con la fotografía, se creó un vínculo entre la ontología de un rostro y su representación. Esta representación, sin embargo, también era una reproducción: el rostro fotografiado era un auténtico icono del original, pero también inquietantemente replicable, como un símbolo. El carácter misterioso de estas representaciones faciales se profundiza con la llegada de la tecnología digital. Por un lado, el realismo de las representaciones pixeladas del rostro no tiene precedentes. Por otro lado, la arbitrariedad de estos píxeles introduce una inquietud paradójica: las imágenes del rostro son ahora extremadamente creíbles y, al mismo tiempo, extremadamente poco fiables. (pp. 19 y 20)¹²

En la tapa del N° 41, la fotografía ya no funciona como ícono del hombre empírico al que representa, sino que se convierte en un índice que despierta la atención del lector por su falta de verosimilitud, precisamente, por la diferencia con el cuerpo del presidente y la composición de la escena ridícula y provocativa, en la que resalta la desnudez del personaje masculino, cuyas partes íntimas están cubiertas únicamente por una delgada prenda verde elastizada¹³. La imagen original corresponde al periodista kazajo Borat Sagdiyev que protagoniza la película *Borat* (2006), el falso documental cómico escrito y protagonizado por el actor británico Sacha Baron Cohen (Imagen 6).

Imagen 6. Sacha Baron Cohen en la película *Borat* (2006)



Fuente: Diario *Hoy* en la noticia, 27 de marzo de 2021 – <https://diariohoy.net/espectaculos/la-secuela-de-borat-rompio-el-record-del-titulo-mas-largo-del-mundo-para-un-film-159281>

¹² Traducción propia.

¹³ En la lógica propuesta por el semiótico norteamericano Charles Peirce (1986), la relación entre el signo y el objeto dinámico (exterior a la semiosis) se clasifica en ícono, índice y símbolo. El ícono es un signo que entabla una relación de semejanza con su objeto; la asociación es por parecido (algunos ejemplos clásicos: fotografía, dibujo, onomatopeya, jeroglífico, diagrama, cuadro, retrato, metáfora). Por su parte, el índice establece una relación de contigüidad con el objeto; llama la atención sobre él y lo singulariza, como ocurre en las señales de la naturaleza, los síntomas de una enfermedad, los pronombres demostrativos, los nombres propios, por mencionar algunos. En tercer lugar, el símbolo está determinado por una convención social, un hábito o una ley; entre ellos, Peirce considera las señales de tránsito, las notas musicales, los números, la mayoría de las palabras de una lengua, entre otros.

La corporeidad que observamos en el ejemplar de Barcelona enfatiza una dimensión corporal condicionada por un momento histórico y político particular, pues en la misma época Milei participó del 79º período de sesiones de la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en la ciudad de Nueva York, el 24 de septiembre de 2024. El mandatario expresó duras críticas al organismo internacional y se opuso al Pacto para el Futuro en su discurso, acción que recibió cuestionamientos de otros políticos y repercusión en los medios de comunicación, tal como se observa en este número. Sin embargo, hay un plus semiótico que descalifica e insulta de manera explícita e hiperbólica al presidente de la Nación, tanto en la composición de la imagen como en las palabras que la acompañan, destacándose un insulto representativo de la cultura argentina (“boludo”). Respecto de la primera, podemos identificar lo que Finol y Djukich de Neri (2019) denominan cuerpo alterado para ciertas creaciones artísticas, porque el cuerpo representado se aleja en un punto de los cánones de la proporción equilibrada entre el todo y sus partes (algo que resulta más evidente en la unión del cuello y la cabeza). Entonces, se construye una corporeidad diferente, transgresora de la figura presidencial y alejada de la realidad empírica, gracias a la técnica del trucaje –en la actualidad corresponde al Photoshop: una denominación generalizada para referirse al programa de edición de imágenes¹⁴– como procedimiento destacado de connotación (Barthes, 2017a). Los signos denotativos que protagonizan la portada (hombre desnudo con pulgares para arriba y con rostro que fluctúa entre alegría y sorpresa, globo terráqueo invertido, fondo del salón donde se realizó la asamblea en la ONU con su logo típico en el estrado) adquieren nuevos significados contruidos con el propósito de que el lector pueda reconocer y, luego, inferir el mensaje connotado que adquiere un marcado tono satírico. Muchas de estas fotografías húmedas (Traversa, 2005) que aparecen en Barcelona, edición digital, utilizan el trucaje o fotomontaje como principal elemento connotativo a partir de una alteración de “lo real en sí”¹⁵. Siguiendo a Barthes (2017a), se “hace pasar por denotado un mensaje que, en realidad, está marcadamente connotado” (p. 13) para una sociedad determinada, ya que el código es histórico y cultural. De esta manera, se pone en crisis el noema esto-ha-sido (Barthes, 2017b), esa “capacidad mimética” de reproducir lo real –de la que habla Dubois, (1986, p. 22)– como característica específica de una fotografía, a diferencia de una obra artística. En este punto radica su “credibilidad” intrínseca, como señalaba André Bazin en *Ontología de la imagen fotográfica* (1945) (Dubois, 1986, p. 30).

Además, la imagen original de Borat presenta otro procedimiento gráfico

¹⁴ The Editors of Encyclopaedia Britannica (2025) señalan que Adobe Photoshop es un programa de edición y manipulación de la imagen creado en 1987 por los hermanos Thomas y John Knoll, y luego vendido a la empresa Adobe Systems Incorporated. Gracias a la amplia gama de herramientas que ofrece resulta uno de los más empleados para retocar, modificar, corregir, recortar o distorsionar imágenes diversas.

¹⁵ En 1857, el fotógrafo inglés Henry Peach Robinson fue el primero en implementar esta técnica. El fotomontaje consiste en hacer una ilustración a partir de otras, es decir, una composición (o collage) realizada mediante recortes de imágenes (Fraticelli, 2008).

que influye en la transmisión de un significado preciso, y que la revista toma. Según Barthes (2017a), la pose “prepara”, sugiere una determinada lectura a partir de una postura y un gesto estereotipados del periodista kazajo, con cierta actitud y mirada que responden a un conjunto de elementos de significación dentro del ámbito de sus películas (de estilo cómico y paródico también) (p. 14); si bien, en simultáneo, el gesto de pararse y posar con los pulgares para arriba es típico de las fotografías de Milei.

Ello se complementa con el texto que acompaña la imagen y cumple la función de anclaje en una fotografía periodística, ya que orienta al lector a seleccionar cierta interpretación de los sentidos connotados. En particular, los paratextos de Barcelona funcionan como un “mensaje parásito” (Barthes, 2017a, p. 17) que contextualiza, refuerza y guía en la inferencia de la parodia y la sátira mencionadas.

En consecuencia, las portadas de Barcelona, edición digital, protagonizadas por el mandatario presidencial ponen en evidencia una manipulación de fotografías o imágenes primarias como procedimiento crítico representativo: esto convierte a las tapas en artificios (Elizalde, 2007) deliberadamente connotados, que distan mucho del punto de vista objetivo de la prensa “seria”.

4. CONCLUSIONES

Al decir de Verón (1994), en las sociedades industriales occidentales –con mayor fuerza en los últimos años– predomina la imagen mediatizada de la figura política en los medios de comunicación¹⁶. En nuestro objeto de estudio, podemos decir que la mediatización es de orden simbólico (aparece en la prensa digital), icónico (utiliza fotografías trucadas) pero, fundamentalmente, indicial (la revista arma “puestas en escena” llamativas y provocadoras a partir del montaje de imágenes diversas). Además, la web y los dispositivos digitales se han desarrollado a nivel masivo, lo que da lugar a un notable aumento en la creación y circulación de fotografías, en especial, corporales. En este sentido, durante los comienzos del siglo XXI, se evidencia una proliferación de las imágenes de los cuerpos políticos (muchas veces, promovidas por ellos mismos desde redes sociales, plataformas o medios de comunicación), fenómeno que Bermúdez (2021) denomina hipermediatización (p. 78).

Teniendo en cuenta la premisa de Leone (2021), en tanto “la semiótica debe reflexionar sobre las interacciones entre la facultad neurológica innata que tienen los seres humanos para percibir rostros y el contexto sociocultural en el que aparecen” (pp. 193 y 194), en este artículo hemos reconocido algunas de las estrategias semióticas que pone en funcionamiento el equipo editorial de Barcelona, edición digital, para construir una fuerte crítica –desde 2023 hasta

¹⁶ Asimismo, Verón (2013) afirma que la mediatización es “la secuencia de fenómenos mediáticos históricos que resultan de determinadas materializaciones de la semiosis, obtenidas por procedimientos técnicos” (p. 147).

la actualidad— de Javier Milei y la forma de presentar los acontecimientos que protagoniza. Entre ellas, destaca la reescritura paródica al retomar el contenido, el lenguaje y el estilo de diferentes discursos originados en los medios masivos, a los que la revista modifica y vuelve a presentar con un sentido “tergiversado”, en un contexto diferente, con un lenguaje coloquial y soez. Esa operación de marcar una distancia, una ruptura subversiva “ostensible y marcada” (Bajtín, 2005, p. 282) respecto de otras publicaciones, “le permite poner de manifiesto su propia visión de esos medios y esbozar su crítica a partir de su construcción como texto paródico” (López Winne, 2010, p. 26). Así, Barcelona, edición digital, se sitúa en lo que Paul Alonso (2021) denomina infoentretenimiento satírico y forma parte de los “medios alternativos híbridos” (p. 284), ya que muestra un evidente rasgo diferencial y oposicional respecto de otras publicaciones tradicionales, a las que parodia para cuestionar los modos de funcionamiento del periodismo actual y los valores sociales predominantes. En simultáneo, ya desde sus tapas, hemos visto que construye contenido alineado en lo reidero hipermediático, siguiendo a Fraticelli (2023), pues el humor surge en una sociedad en la que conviven los medios de comunicación masiva con aquellos producidos en Internet y la telefonía celular. Unas líneas más arriba señalamos esta cuestión referida a los políticos y su creciente presencia en las redes sociales (un claro exponente de ese fenómeno es Milei), a través de posteos y declaraciones públicas. Todos esos discursos son retomados por la revista y vueltos a publicar —muchas veces, de modo tergiversado— en los números disponibles en sus plataformas para generar una risa notablemente ambivalente (Kristeva, 1981) gracias a la intervención explícita de las imágenes utilizadas. La operación consiste en absorber textos originados en esferas diversas de la actividad humana, como afirmaba Bajtín (1999) al referirse a los géneros discursivos, y replicarlos en las portadas, produciendo así nuevos sentidos.

Finalmente, recuperamos la idea del rostro como construcción semiótica que transmite significados de manera extraverbal, en especial, a partir de los ojos, la nariz y los labios, algunos de los componentes que reflejan las pasiones, como sostiene Fabbri (2001):

Sabemos que un retrato no está allí sólo para representar (remitir a un referente) y significar (construir un sentido y comunicarlo) sino también para expresar la emoción (y provocarla). Es preocupación incesante del arte registrar las pasiones (movimientos del ánimo, sentimientos, emociones), codificarlas en sistema de signos, poner en escena el lugar (¿indecible? ¿irrepresentable?) donde sensaciones y percepciones se transforman en sentido y afecto para orientarnos hacia la acción y la comprensión. (...) Pero si todo el cuerpo señala y suscita afectos y efectos de sentido, es el rostro el que tiene el privilegio (infinitamente observado) de expresarse sobre su propia expresión. El juego minucioso de los actores faciales (ojos, boca, cejas, mentón, nariz) da el sentido y lo expresa. (p. 144).

En esa línea, observamos que la revista selecciona el rostro del presidente argentino para agregarle un plus semiótico mediante expresiones faciales cercanas a una connotación negativa que, según la temática abordada, implica maldad, perversión, enojo, sarcasmo, por mencionar algunas de las más recurrentes, y que buscan generar repulsión. Por consiguiente, lo somete a su burla desvergonzada que se encuentra cifrada en imágenes inverosímiles, dado que “la ridiculización de su objeto es lo que le permite hacer viables juicios sobre temas conflictivos, al amparo del abrigo del ‘humor’” (López Winne, 2010, p. 112). Así, la imitación paródica, risueña pero polémica, exagera y adultera la entidad empírica del rostro y el cuerpo del personaje, las situaciones en las que se ve involucrado y las declaraciones que emite de manera pública, con la intención de juzgarlos.

REFERENCIAS

- Alonso, P. (2021). Revistas satíricas como medios alternativos híbridos en América Latina. En Burkart, M., Fraticelli, D. & Várnagy, T. (Coords.), *Arruinando chistes. Panorama de los estudios del humor y lo cómico* (pp. 283-317). Teseo.
- Alvarado, M. (1994). *Paratexto*. Eudeba.
- Bajtín, M. (2005). *Problemas de la poética de Dostoievski*. Fondo de Cultura Económica.
- Bajtín, M. (1999). El problema de los géneros discursivos. En *Estética de la creación verbal* (pp. 248-293). Siglo Veintiuno.
- Barthes, R. (2017a). El mensaje fotográfico. En *Un mensaje sin código. Ensayos completos de Roland Barthes* (pp. 7-23). Ediciones Godot.
- Barthes, R. (2017b). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Paidós.
- Bermúdez, N. (2021). Las redes sociales y la hipermediatización del cuerpo político. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre cuerpos, emociones y sociedad*, 37, 77-88. <https://www.relaces.com.ar/index.php/relaces/article/view/489>
- Cingolani, G. (2008). Tapas de semanarios argentinos en el siglo XX: historia discursiva de un dispositivo y dos medios. *Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada*, 1, 83-92. <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/lis/article/view/3620>
- Dubois, P. (1986). *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*. Paidós.
- Elizalde, L. (2007). Fotografía en revistas, artificio contemporáneo. *Opción*, 23(53), 9-21. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/6405>
- Fabbri, P. (2001). Las pasiones del rostro. *Tácticas de los signos. Ensayos de semiótica* (pp. 143-150). Gedisa.
- Finol, J. E. (2022a). Cuerpo. De la semiosfera a la corposfera. En Barei, S. & Gómez Ponce,

A. (Eds.), *Lotman revisitado. Perspectivas latinoamericanas* (pp. 173-189). Centro de Estudios Avanzados.

Finol, J. E. (2022b). La corposfera. Rostro y pasiones, identidades y alteridades. En Silvia Barbotto, S., Voto, C. & Leone, M. (Eds.), *Rostrosferas de América Latina. Culturas, traducciones y mestizajes* (pp. 13-29). Aracne.

Finol, J. E. (2015). *La Corposfera. Antropo-semiótica de las cartografías del cuerpo*. Ediciones CIESPAL.

Finol, J. E. (2009). El cuerpo como signo. *Enl@ce: Revista venezolana de información, tecnología y conocimiento*, 6(1), 128-129. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2936291>

Finol, J. E. & Finol, D. E. (2021). La rostrosfera: mediatizaciones entre lo analógico, lo real y lo digital. *DeSignis. El rostro en el horizonte digital latinoamericano. HORS SERIE 01*, 11-23. <https://www.designisfels.net/wp-content/uploads/2021/10/HORS-SERIE-01.pdf>

Finol, J. E. & Djukich de Neri, D. (2019). Cuerpos alterados y mundos alterados: semiótica de las otras corporeidades. *Signa. Revista de la Asociación española de semiótica*, 28, 631-668. <https://revistas.uned.es/index.php/signa/article/view/25072>

Fratricelli, D. (2008). La revista Barcelona y el humor local. *Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada*, 2, 117-130. <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/lis/article/view/3639>

Fratricelli, D. (2023). *El humor hipermediático: una nueva era de la mediatización reidera*. Teseo.

Gasillón, M. L. (2022). Revista *Barcelona*: cuando el humor sarcástico supera la realidad. *Metáfora. Revista de literatura y análisis del discurso*, 5(9), 1-20. <https://www.metaforarevista.com/index.php/meta/article/view/236>

Genette, G. (1989). *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Taurus.

González, J. L. (2024). Estética presidencial: un viaje a la insólita obsesión de Milei. *Noticias*. <https://noticias.perfil.com/noticias/economia/estetica-presidencial-un-viaje-a-la-insolita-obsesion-de-milei.phtml>

Hutcheon, L. (1981). Ironía, sátira, parodia. Una aproximación pragmática a la ironía. *Poétique*, 45, 173-193. <https://archive.org/details/ironi-a-satira-y-parodia-linda-hutcheon/page/179/mode/2up>

Jitrik, N. (1993). Rehabilitación de la parodia. En *La parodia en la literatura latinoamericana* (pp. 13-29). Instituto de Literatura Hispanoamericana, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, Argentina.

Kristeva, J. (1981). La palabra, el diálogo y la novela. En *Semiótica I* (pp. 187-225). Editorial Fundamentos.

- Leone, M. (2019). The semiotics of the face in digital dating: A research direction. *Digital Age in Semiotics and Communication*, 2, 18-40. <https://ojs.nbu.bg/index.php/DASC/article/view/247>
- Leone, M. (2021). Malacara: normalidad y alteridad en la percepción y en la representación del rostro humano. *Signa. Revista de la Asociación española de semiótica*, 30, 191-211. <https://doi.org/10.5944/signa.vol30.2021.29305>
- López Winne, H. (2010). *Lo cómico, la risa, la crítica. La parodia como ejercicio crítico en la revista Barcelona*. Ediciones Godot.
- Lotman, I. M. (1996). *La semiosfera I. Semiótica de la cultura y del texto*. Ediciones Cátedra.
- Ministerio de Salud (2022). Ley de promoción de la alimentación saludable. *Ministerio de salud*. <https://www.argentina.gob.ar/salud/ley-de-promocion-de-la-alimentacion-saludable>
- Peirce, Ch. S. (1986). *La ciencia de la semiótica*. Ediciones Nueva Visión.
- Ramírez Martínez, J. (2021). De rostros y signos culturales en la semiótica de la selfie. *DeSignis. El rostro en el horizonte digital latinoamericano. HORS SERIE 01*, 75-87. <https://www.designisfels.net/wp-content/uploads/2021/10/HORS-SERIE-01.pdf>
- Steimberg, O. (2013). *Semióticas. Las semióticas de los géneros, de los estilos, de la transposición*. Eterna Cadencia.
- The Editors of Encyclopaedia Britannica (2025). Adobe Photoshop. *Encyclopaedia Britannica*. <https://www.britannica.com/technology/Adobe-Photoshop>
- Traversa, O. (2005). Apuntes acerca de lo cómico fotográfico. *Figuraciones. Teoría y crítica de artes*, 3. https://assets.una.edu.ar/files/file/critica-de-arte/2023/2023-una-ca-publicaciones-revista-figuraciones-3.pdf?_gl=1*187ykJz*_ga*ODA4NDUyNDgwLjE3NTk4NzQ2NDc.*_ga_DF3EX2TYG9*czE3NTk4NzQ2NDYkbzEkZzEkdDE3NTk4NzQ3MDIkaJQkbDAkaDA
- Traversa, O. (2009a). Notas acerca de lo reidero en las tapas de las revistas. *Figuraciones. Teoría y crítica de artes*, 5. https://assets.una.edu.ar/files/file/critica-de-arte/2023/2023-una-ca-publicaciones-revista-figuraciones-5.pdf?_gl=1*tm00wq*_ga*ODA4NDUyNDgwLjE3NTk4NzQ2NDc.*_ga_DF3EX2TYG9*czE3NTk4NzQ2NDYkbzEkZzEkdDE3NTk4NzQ3NDUkaJYwJGwwJGgw
- Traversa, O. (2009b). Por qué y cómo estudiar las tapas de las revistas: el papel de la noción de dispositivo. *Figuraciones. Teoría y crítica de artes*, 5. https://assets.una.edu.ar/files/file/critica-de-arte/2023/2023-una-ca-publicaciones-revista-figuraciones-5.pdf?_gl=1*tm00wq*_ga*ODA4NDUyNDgwLjE3NTk4NzQ2NDc.*_ga_DF3EX2TYG9*czE3NTk4NzQ2NDYkbzEkZzEkdDE3NTk4NzQ3NDUkaJYwJGwwJGgw
- Traversa, O. (2011). Observaciones acerca del tratamiento de las nuevas discursividades en la Web. *Figuraciones. Teoría y crítica de artes*, 9. <https://assets.una.edu.ar/files/>

file/critica-de-arte/2023/2023-una-ca-publicaciones-revista-figuraciones-9.pdf?_gl=1*10hkjxh*_ga*ODA4NDUyNDgwLjE3NTk4NzQ2NDc.*_ga_DF3EX2TYG9*czE3NTk4NzQ2NDYkbzEkZzEkdDE3NTk4NzQ5NzEkajYwJGwwJGgw

Verón, E. (1985). El análisis del “Contrato de Lectura”. Un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media. En Institut de recherches et d'études publicitaires (ed.), *Les Médias: Expériences, recherches actuelles, applications* (pp. 203-230). Institut de recherches et d'études publicitaires.

Verón, E. (1994). Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia. *Semiosfera*, 2, 5-36. <https://shs.hal.science/halshs-01487121v1>

Verón, E. (2013). *La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Paidós.

Violi, P. (2008). Beyond the Body: Towards a full embodied semiosis. En Dirven, F. R. (Ed.), *Body, Language and Mind* (pp. 241-264). Mouton de Gruyter.

Voto, C., Soro, E., Fernández, J. L. & Leone, M. (Eds.) (2023). Introducción. En *Rostrotopías. Mitos, narrativas y obsesiones de las plataformas digitales* (pp. 9-13). Aracne.

Voto, C., Finol, J. E. & Leone, M. (2021). Presentación. El rostro digital latinoamericano: desafíos y apuestas. *DeSignis. El rostro en el horizonte digital latinoamericano. HORSERIE 01*, 7-9. <https://www.designisfels.net/wp-content/uploads/2021/10/HORS-SERIE-01.pdf>

* 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

María Lourdes Gasillón. Doctora en Letras, Universidad Nacional de Mar del Plata (Argentina). Magíster en Letras Hispánicas, Universidad Nacional de Mar del Plata. Jefa de Trabajos Prácticos, Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Mar del Plata. Ha participado de congresos, coloquios y simposios nacionales e internacionales. Su tema de investigación actual pone en relación a la semiótica con el análisis del discurso literario y periodístico, en particular, el diálogo entre palabra e imagen, el cruce de géneros discursivos y los recursos de connotación. Dirigió el libro *Mitologías argentinas: una aproximación semiótica* (2015, Universidad Nacional de Mar del Plata) y es autora de *Problematicación de lo real y ajedrez en la obra de Ezequiel Martínez Estrada* (2022, Generis Publishing). Publicó numerosos capítulos de libros y artículos en revistas académicas arbitradas. Miembro del Consejo asesor y de redacción, *Revista digital Estudios de Teoría Literaria*.

A prolonged journey

Mourning and digital resurrection in the Chinese context¹

Un viaje prolongado

Luto y resurrección digital en el contexto chino

Uma jornada prolongada

Luto e ressurreição digital no contexto chinês

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4112>

► GIUSTINA B. BARON

giustinabenedetta.baron@unimore.it - Turin - Università degli Studi di Torino, Italy.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-1343-9266>

► HONGJIN SONG

Hongjin@ut.ee - Tartu - Tartu Ülikool, Estonia.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2856-0520>

HOW TO CITE: Baron, G. B. & Song, H. (2025). A prolonged journey. Mourning and digital resurrection in the Chinese context. *In Mediaciones de la Comunicación*, 20(2). <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4112>

Submission date: April 20, 2025

Acceptance date: October 19, 2025

the role of AI-driven digital technologies in the *re-socialization* of the deceased. Drawing on the concept of mediational performance (Bauman, 2004) as a key feature of vernacular authority, we explore how digital resurrection through chatbots and avatars mediates the relationship between the living and afterlife by re-socializing the departed. The advent of digital technologies introduces a paradigm shift, as the AI avatars replicate the deceased's social roles, generating an uncanny presence that re-enchants mourning rituals. This re-enchantment is predicated on the sacrifice of the *visage* (the social role of the deceased person) ultimately producing the illusion of an authentic *face*. Such agency enables a digital resurrection of the deceased that, while providing an illusion of continuity, threatens the fluidity of cultural memory. In turn, this process shapes the dynamic interplay between past and present through algorithmic simulation, prompting a critical re-evaluation of how vernacular authority is constructed and legitimized.

KEYWORDS: *mourning, digital resurrection, China, re-socialization, face, visage.*

ABSTRACT

This paper examines the evolving dynamics of mourning practices within the Chinese context, emphasizing

RESUMEN

Este artículo examina la evolución de las dinámicas de las prácticas de duelo en el contexto chino, enfatizando

¹ For coherence and readability of the text, when it comes to translations from Chinese, the English translation is given in the main text, and its original text is in the parenthesis, followed by its pronunciation in square brackets. For example, Mid-Autumn Festival (中秋節 [Zhōng qiū jié]). Chinese names are spelt in pinyin without intonations. If it is a longer sentence in Chinese, translation is in the main text and original text is provided in the footnotes. If not specified, all the translations from Chinese contents in this text are made by the authors.

el papel de las tecnologías digitales impulsadas por inteligencia artificial (IA) en la resocialización de los fallecidos. Basándonos en el concepto de *rendimiento mediacional* (Bauman, 2004) como una característica fundamental de la autoridad vernácula, exploramos cómo la resurrección digital a través de *chatbots* y avatares media la relación entre los vivos y el más allá al resocializar a los fallecidos. La llegada de estas tecnologías introduce un cambio paradigmático, ya que los avatares impulsados por IA replican los roles sociales del difunto, generando una presencia inquietante que reencanta los rituales de duelo. Este reencanto se fundamenta en el sacrificio del rostro social (el rol del fallecido), produciendo finalmente la ilusión de una cara auténtica. La mencionada agencia posibilita una resurrección digital del individuo fallecido que, aunque genera una ilusión de continuidad, plantea riesgos para la integridad y fluidez de la memoria cultural. Este proceso interviene en la interacción dinámica entre pasado y presente mediante simulaciones algorítmicas, lo que impulsa una reevaluación crítica acerca de los mecanismos mediante los cuales se construye y legitima la autoridad vernácula.

PALABRAS CLAVE: *luto, resurrección digital, China, re-socialización, rostro, cara.*

RESUMO

Este artigo analisa as dinâmicas em evolução das práticas de luto no contexto chinês, enfatizando o papel das tecnologias digitais impulsionadas por (AI) na ressocialização dos falecidos. Baseando-se no conceito de desempenho mediacional (Bauman, 2004) como uma característica fundamental da autoridade vernacular, investigamos de que maneira a ressurreição digital por meio de chat-bots e avatares media a relação entre os vivos e o além-vida ao resocializar os falecidos. De fato, o advento das tecnologias digitais introduz uma mudança de paradigma, à medida que os avatares de IA imitam os papéis sociais dos falecidos, criando uma presença estranha que reencanta os rituais de luto. Esse reencantamento está fundamentado no sacrifício do semblante (o papel social da pessoa falecida), criando, em última análise, a ilusão de um rosto autêntico. A agência facilita uma ressurreição digital dos falecidos, que, embora forneça uma ilusão de continuidade, representa um risco significativo para a fluidez da memória cultural. Esse processo influencia a interação dinâmica entre passado e presente através da simulação algorítmica, levando assim a uma reevaluation crítica sobre como a autoridade vernacular é construída e legitimada.

PALAVRAS-CHAVES: *luto, ressurreição digital, China, re-socialização, face, aparência.*

1. INTRODUCTION

Xunzi, a prominent Confucianist philosopher during the Era of Warring States, commented on the relationship between life and death: “Birth is the beginning of man, and death his end. Whilst both the beginning and end are good, the Course of Men is over”². His view reflects one of the fundamentals of how Chinese people see death and its relationship with living, that death is a natural part of the life span (Hsu, O’Connor, & Lee, 2009). From this perspective, death is not an interruption but the fulfillment of a natural cycle—an inevitable return to a cosmic order—. Life and death form a continuous yet bounded process that cycles continuously in the Karma of all living beings, which can be traced back to the cosmological views in Chinese culture as an intersection of Confucianism, Taoism, and Buddhism. The world inhabited by humans³ is part of a bigger cosmos, which is an impersonal entity that transcends time and space⁴. In this sense, the end of the Course of Men only marks the beginning of other forms of existence, yet the deceased are still in this broader realm that encompasses past and present, the living and the dead. A good death (Fu & Glasdam, 2022), therefore, represents not simply a painless and worry-free state at the time of death, but also a fulfillment of one’s destined path in the world of the living.

These beliefs about the world beyond mortal reach are undoubtedly reflected in ritualistic mourning practices when relatives pass away. In childhood, almost every child in China is told that the deceased “travel to a place far away”, which corresponds to the otherworld discourses previously discussed. Moreover, in traditional Chinese funeral practices, it has been customary for family members and close associates to address the deceased during rituals, often communicating as if they were still present in some other forms. Memorial portraits, typically displayed within homes or ancestral halls, serve as central media for such communication; relatives may convey their sorrow, update the departed on familial developments, or seek blessings and guidance. This practice embodies a deeply rooted belief that the spirits of the deceased remain active participants in the lives of the living. The act of communicating with the deceased has historically constituted a vital component of religious and spiritual practices, prominently manifested through rituals such as ancestor

2 生、人之始也，死、人之終也，終始俱善，人道畢矣。From On Rituals (禮論 [Lǐ lùn]), 17. Cited from: <https://ctext.org/xunzi/tian-lun/zh>

3 In some contexts, the bigger world is called “界” [jiè], meaning “the realm(s)”, or “道” [dào], meaning “the course(s)” or “the way”. The Course of Men is one of them. For example, in Buddhism, there are six realms in total, called “Ṣaṅgati” (षट्गति) in Sanskrit. The six worlds are of gods and celestial beings, of demigods, of human beings, of animals, of hungry ghosts, and of hell respectively. As we shall see later, the vernacular practices are not strictly complying with the teachings of these religions; but these ideas sporadically infiltrate into mourning practices in the Chinese context.

4 For example, again in Xunzi’s words, “天行有常，不為堯存，不為桀亡” from On Heavens (天論 [Tiān lùn]), 1. (“The heavens run in their due course. They do not exist for Yáo [note from the authors: a sagacious ruler in Chinese myths]; nor do they perish for Jié [not from the authors: a fatuous ruler in Chinese myths]”). Cited from: <https://ctext.org/xunzi/tian-lun/zh>

worship and during significant occasions like the Tomb Sweeping Festival (清明節 [Qíng míng jié]). These traditions underscore the importance of maintaining connections between the living and their ancestors through acts of reverence, prayer, and commemoration. This relationship extends beyond mere remembrance; it is intended to ensure the continued welfare and guidance of deceased ancestors in the lives of their descendants. Such interactions are frequently facilitated through symbolic actions—such as offering tributes at ancestral altars or invoking spirits within ritualistic frameworks. Another significant cultural practice in Chinese tradition related to honoring the deceased is the tradition surrounding the “Ghost Month” (鬼月 [Guǐ yuè]), which takes place during the seventh month of the lunar calendar, typically falling in August. This period is marked by the opening of the Gate of the Underworld on the 15th day of the seventh month, a day known as the Hungry Ghost Festival (中元節 [Zhōng yuán jié]). According to Chinese folklore, during this month, the Gate of the Underworld is open, allowing these wandering spirits to roam freely on Earth. They are believed to seek food, offerings, and attention. And it is essential for families to offer food, burn incense, and perform rituals to ensure their ancestors’ well-being in the afterlife. Therefore, mourning rituals, from elaborate funeral ceremonies to long-term ancestral veneration, serve not only to express grief but to maintain cosmic and social harmony.

In this sense, the afterlife, when the Course of Men is due, also holds its promise to the relatives of the deceased: Since the world of living beings is paralleled with other worlds, under certain circumstances, it is also possible for these worlds to intersect. In *Song of Everlasting Regret* (長恨歌 [Cháng hèn gē]) by Bai Juyi (772-846AD), when the emperor lost his favorite concubine, Yang, he was able to send her a message with the help of a sorcerer and receive her hairpin as the emblem of their love. Of course, we are not here to judge the truthfulness of the story or to determine whether such transcendental communication is possible; our concern here is the understanding of the relationship between life and the afterlife. They are entwined through remembrance, duty, and the sacred passage of time. Moreover, apart from the possibility promised by the understanding of the afterlife, we can also detect how vernacular authorities function here. The possibility of the exchange between the living world and other worlds is realized by those who possess magical power, a sorcerer in Bai’s poem, and in both of the festivals discussed above, the authority is constructed through specific dates and shared beliefs. As we shall see later, authorities as such are “a product of mediational performances, involving the replication of a prior discourse” (Valk, 2022, p. 15). In this vein, the authority construction in mourning practices and its mediational status between life and the afterlife deserves further investigation.

The introduction of generative artificial intelligence (Gen-AI) transforms this vernacular practice into a new context. By offering new forms of interaction

and remembrance, these technologies are transforming long-standing traditions, including the way people process grief and engage with death. Companies such as Super Brain and ILU have developed services that enable clients to generate artificial intelligence (AI) chatbots based on the digital traces of the deceased, such as emails, photos, and social media posts. As such, AI systems—including deepfake technologies and AI-driven chatbots—are now capable of simulating conversations with the deceased by leveraging their digital footprints: dialogues, social media interactions, images, and even audio recordings. These avatars, which can mimic the deceased's personality and communication style, provide emotional support for grieving individuals, offering a form of closure or ongoing connection. Through these rituals, AIs grapple with the metaphysical implications of a posthumous existence, opening concerns about the possibility of transcending their own obsolescence beyond a programmed lifetime.

The practice has become even more popular after the outburst of COVID-19 in China. During the lockdown, many people had to undertake the bereavement of their loved ones without even bidding a proper farewell, since the funeral parlors were closed due to the quarantine. Such transformations have facilitated a reconfiguration of traditional rites of passage (Van Gennep, 1960) for individuals engaging in online environments, thereby establishing an alternative liminal space that assists in navigating both the immediate and often unbearable realities of loss, while simultaneously providing a comforting virtual realm.

This transformation encompasses not only technological advancements but also significant cultural implications; it elicits profound inquiries into the nature of communication with the deceased, scrutinizing the authenticity embedded within such interactions. Additionally, it reveals specific idiosyncratic effects of AI on local cultures, often referencing age-old beliefs and rituals where ancestral veneration and continuous dialogue with the departed have historically constituted vital practices. From a broader perspective, this emergent mode of dialogue between the living and departed signifies a contemporary evolution of ancient customs that integrates cultural reverence for ancestor worship with expansive potentialities of technological innovation. The tradition of engaging in communication with the deceased within Chinese culture possesses profound historical significance, intricately linked to the principles of ancestor veneration, filial piety, and the enduring presence of beloved individuals beyond death. Therefore, after investigating the construction of vernacular authority in mourning practices, its transformation in the digital age, especially along with the rise of Gen-AI, is our next topic for discussion. In elaborating on how the avatars, or the “digital camouflage” (Gramigna, 2024), are developed from the texts of the deceased, discussions will hinge on questions of human agency and the interactions between the avatars and their users.

Following this perspective, the dialogue has trespassed into the realm that used to be authorized and dictated by previous vernacular authorities and has developed new ones in mediating the supernatural encountering by re-enchanting mourning practices in AI-generated content (Sherlock, 2013).

The practice of digital resurrection is emerging as a significant commercial enterprise within China. If people search for related topics on Bilibili, they are likely to encounter an advertisement titled “When photos of grandma started to move, my mom burst into tears”⁵. It navigates users to an AI-powered application called ChatGLM, developed by researchers from Tsinghua University⁶. It has already become an industry; on Taobao, the mainstream online shopping platform on which people can also pay for services, the search for digital resurrection amounts to more than 1,000 results, varying from teaching others how to resurrect their loved ones with AI tools to providing interactive chatbots based on the photos and audio recordings of the deceased. Apart from merely dismissing them, as comments from CCTV⁷, the official spokesperson of the Chinese government, as a shallow, superficial replica of human beings and that we should be vigilant of misuse, we can excavate more from the transformation empowered by AI, both from the microscope, in terms of the dialectics between the living and the dead, and from the macroscope, to investigate the shift in authoritative construction of mourning practices in general. Based on a Chinese context, this text aims to provide an investigation into digital resurrection from a semiotic perspective, delving into the intricacies of such practices and seeking to construct a theoretical understanding of the transformation empowered and entrenched by Gen-AI, which opens up further discussions on the relationship between life and afterlife in our modern times.

Scholars have increasingly focused on how religious communication occurs within the digital space, including the hybridization of digital religion, where traditional religious authorities and everyday social media users alike contribute to religious discourse (for example, Henrickson, 2023; Rodríguez Reséndiz & Rodríguez Reséndiz, 2024), among which there are studies based on a Chinese context (Khiun, 2016; Tu, 2022; Cheng, 2025), including both celebrities such as Chairman Mao and ordinary individuals. Although concerns regarding the role of algorithms in determining the visibility and success of religious content have been explored, what happens to religious authority within AI environments has not yet. This lack has not gone completely unnoticed, however; scholars have highlighted authority as an important area for exploration in studies of religion and AI, presenting an intriguing and complex challenge to traditional concepts of spiritual guidance, authenticity, and

5 外婆照片动起来这一刻，我看到妈妈哭红了眼眶。 Cited from: https://www.bilibili.com/video/BV1gbfbYXEq/?share_source=copy_web&vd_source=652e9c11d62a7f39355763baafb9512d

6 See: <https://chatglm.cn/>

7 See: <https://tv.cctv.com/2024/03/21/VIDEjfe23Au8Hlr8dRvTEytf240321.shtml?spm=C45404.PIDLNeJPukaY.EgpjoyaHbgld.23>

loss. For instance, Dawson's early work (2000) highlights religious "control and authority" as areas of special concern, thus raising important questions about the evolving role of technology in mediating the sacred and the nature of the spiritual experience taking place within this context. In line with this logic, Prewitt and Accardi (2023) conceptualize the term "cultural necromancy" in the context of digital culture and argue that hegemonic incorporation in the digital space will ultimately manipulate the physical figure of human beings in the service of power. However, from the bottom-up side of authority, the rise of Gen-AI also continuously changes the discourses at the top, subconsciously shifting practices in the social sphere by infiltrating different aspects of people's daily lives, which is precisely the starting point of our discussion. But first things first, there needs to be a theoretical understanding of how vernacular authorities manifest themselves in people's daily practices.

2. MOURNING AS A RITUALISTIC BEHAVIOR AND RESOCIALIZATION OF THE DEAD

Mourning is not simply a private remembrance of the dead; it is more of a performance that can be projected into the social sphere, which is inevitably entangled in the network of meaning-making. Even the most personal, private mourning has a social meaning: As Nugent (2013) argues, these mourning practices represent a trace that can be followed to both remember the deceased person and, more importantly, to construct a multi-layered identification of the selves of the practitioners in the places they dwell. Following this perspective, mourning is constantly engaged with the socio-cultural backgrounds of practice, and it is always a performance of socialization, a ritualistic behavior that consolidates individuals participating in the performance, including both the living and the dead, and is not based on a personal whim. It is constituted by a series of texts that are "crafted, bounded, internally cohesive and coherent stretch of discourse" (Bauman, 2008, p. 30) as well as a repetition of the knowledge that social groups hold, referring to the cultural memory of the collective (Assmann, 2008). Our concern here, however, is the other side of this repetition: since the knowledge of mourning practices is constantly repeated in the present, the participative culture (Lachmann, 2008) of mourning practices also introduces dynamics in the ritualistic behavior under the prescription of certain authorities. Mourning rituals are not static; they are performed, repeated, and reshaped through commemorations, anniversaries, and re-readings. Mourning rituals rely on culturally specific, yet locally adapted, textual expressions, and authority is therefore constructed, not a univocal one as politically constructed in the social sphere, but a vernacular one that "does not refer to a definite kind of religious act or a univocal expression but to relationality and openness to other lived forms of expression, knowledge and authority" (Valk, 2022, p. 2).

As we can observe from all the examples that we drew upon above, the current mourning practices are always a repetition of what has been done before, a repetition of the preceding texts that have been iterated and practiced (in the widest definition of texts, as Lotman (1988) conceptualized). From repetition, we can find a submission of the practitioners to the existing texts in the social sphere on what is considered to be a “proper” mourning practice. As Kang and Yu (2022) underscore:

In the meanwhile, however, the repetitive nature of ritual is often coupled with a covert suppressive force, a kind of symbolic pressure on the individuals, who, by osmosis, lose their individuality and accept the “will” of the community which would appear overtly mandated or even coercive in a non-ritual context. This symbolic pressure may sometimes be so excessive that it may be called the tyranny of ritual symbols, especially when the symbols are not expected to be interpreted, but only followed. (p. 168)

In this vein, the rituals that repeat the performance are mediational and register their meanings in the social sphere. Repetition of rituals mediates between the current need for mourning and the collective knowledge on how to properly construct the link with the bereft. Therefore, mourning is a collection of “speech routines organized around the relay by a mediator of at least one utterance from a source to an ultimate targeted receiver, with the relayed message framed and understood by the participants as a replication of the original” (Bauman, 2004, p. 129). Since the mourned are definitely not able to be summoned in a séance to give feedback and give thumbs in a mourning practice to whomever is doing a good job, the mourners find the “proper” mourning practice by repeating the preceding texts in the social sphere. “The mediator in this process takes a lower position if compared with the source of the text, which is attributed to somebody whose position excels ‘on the basis of social rank, artistic skill, spiritual power, or political power’” (Valk, 2022, p. 15). In this way, mourners construct meaning in the locality, in our case here the inner circle of the deceased person, and mourning, via anchoring its meanings in the social sphere as a mediational performance, constitute vernacular beliefs that constitute religions that are lived, interpreted, and practiced by individuals within their specific social and cultural contexts (Primiano, 1995).

If we come back to the Chinese examples of mourning the dead, we can find the diversity of various mourning practices across different places and different epochs⁸, yet also a similar mediational status between life and the afterlife. More importantly, since mourning texts are repeated in the present, we can foresee their future repetition, when such ritualistic behavior has become part of the vernacular, which indicates that these practices can become routinized, traditionalized, and socialized. Authority is therefore constructed in the socialization

⁸ For more examples of regional differences of mourning in China, see Shuang (1993) and Chow (2017).

process of vernacular practices. Building on this, the reiteration of mourning texts not only maintains a connection between past, present, and future practices but also embeds them within a semiotic framework of meaning-making. The repetition of these texts, whether in the form of oral recitations, written elegies, or digital inscriptions, reinforces their legitimacy and establishes a vernacular authority that is collectively recognized. Through their constant repetition in the present, mourning as a vernacular practice becomes deeply embedded in a semiotic system where meaning is both constructed and negotiated. The traditions of mourning on what is considered a “proper” way of paying tribute to the dead find their legitimacy in the vernacular authority, which are “a central way tradition functions discursively” (Howard, 2013, p. 76).

Moreover, we should never forget that all the mourning practices depend on the deceased, an absent but necessary figure in these ritualistic behaviors. In all the Chinese examples that we draw upon in the introductory section, we can find the attempt to resocialize the dead after an abrupt interruption marked by death (Wang & Jin, 2024) as the essence of mourning. As Song (2022) argues in the case of mourning Dr. Li as the whistleblower of COVID-19, mourning is a call addressed to the mourned for which an answer is not expected (otherwise it would be a horror movie). The outcome of this unilateral communication is that the deceased is brought back into the dialog as if it were a real dialogue between the living. If we take what we have just discussed on vernacular authority into consideration, we can find that the resocialization process is mediated by such authorities, translating the previous face-to-face communication into a performative utterance that constructs the social bodies of the deceased. In other words, the faces of the dead become solely social organs (Viola, 2024), or the visage. The deceased are made present in the social world not through their material body but through stories, inscriptions, and performative gestures. Mourning, in this sense, does not reconstruct the face of the deceased but instead constructs a visage that is meaningful within the social and cultural system. Therefore, when mourners resocialize the bereft back to the social sphere via mourning, the faces of the dead become secondary, whereas the visages are foregrounded as the essential element of mourning in a Chinese context. To put it briefly, death, first of all, marks the absence of face and the disappearance of visage. Then mourners gather together to reconstruct the social link with the dead and resurrect the visage, whereas the faces of the dead are backgrounded, which is represented in Chinese taboos about death (Yick & Gupta, 2002; Xu, 2007; Wang et al., 2023), explicitly avoiding the materiality of the dead body.

3. AN ALTERNATIVELY MEDIATED AUTHORITY

Considering the vernacular essence of the practice, the resocialization process as the core of mourning may be reduced to a very concise form. As Bauman

underscores, “certain of these mediational performances represent formalized, routinized ways of foregrounding the metadiscursive practices and processes that are minimally necessary for traditionalization to be achieved” (Bauman 2004, p. 147). And further, the current repetition constantly shapes the ritualistic behaviors and adapts to new socio-cultural contexts in order to use available texts here and now in the name of tradition. Bauman (2004) further notes:

By the conventionalization of the mediational structure of the routines, the source utterance anticipates repetition – detachment from the source dialogue, the source speaker, the context and circumstances of production, and recontextualization in the target dialogue. Moreover, the shaping of the source utterance prepares it for this decontextualization and recontextualization. (p. 147)

From this perspective, the adaptation to socio-cultural contexts engenders a diverse array of mourning practices while concurrently upholding the essential principle of re-socialization. This phenomenon is particularly salient in the digital era, especially with the advent of AI-driven reconstructions of human likenesses, as re-socialization throughout the life course is significantly influenced by age norms and time-related rules and regulations (Setterson Jr., 2002). In other words, at each pivotal stage in life, as individuals disengage from previous roles and assume new ones, various institutions or circumstances intervene, necessitating a reevaluation of one’s “self-concept”; that is, the manner in which individuals define and situate themselves within the overarching fabric of society. The legitimacy of this process is typically established through formal initiation; a ritual that marks the transition within the life cycle from a prior status to a subsequent one. Notably, Schechner posits that rituals function as “short-circuit solutions to impossible problems” (2022, p. 40), which can be addressed through the performance of swift, repetitive actions. This viewpoint evokes a shift from biological existence to a digital afterlife, positing that a ritualistic transformation is pivotal in the process of re-socialization of the deceased, thus fostering new practices of reestablishing “personhood” within a post-mortal society. Stewart Hoover (2016) posits that media play a significant role in legitimizing authority: under specific conditions, they possess the capacity to confer authenticity and credibility upon certain practices through the processes of information production, distribution, and imagination. In a similar stance, Arthur Cowan articulates that Internet-based rituals occur within the “imagination of participants” (2005, p. 138), which also constitutes a system of legitimation achieved through social performance.

The distinctive components underlying this mediating process may be examined through the discursivity inherent in digital textualities, which legitimize ideological expressions grounded in ancient mythologies and values to reaffirm and formulate new ways of engaging socially. In this context, the digital media harnesses the collective wisdom of participants to conceptualize

vernacular strategies aimed at reinstating decision-making authority to “we the people”. In other words, users, through their collaboration in the creation and dissemination of digital rituals, establish hierarchies of performance that prioritize specific forms of interaction, thereby fostering an environment conducive to the emergence of new forms of vernacular authority. Consequently, the digital era engenders new opportunities for both the networked propagation of vernacular practices and the meta-discursive interactions associated with these practices. This dynamic results in a diverse array of vernacular activities becoming increasingly mediated and visible. Thus, the technological affordances inherent to the digital age fundamentally extend how vernacular practices circulate and evolve.

“Technologically speaking, digital immortality is on the horizon, allowing individuals to possess a virtual counterpart”, asserts Zhang Zewei, co-founder of the AI enterprise Super Brain, an IA startup based in Nanjing, Jiangsu Province. In constructing avatars of deceased individuals, Zhang notes that his company has assisted more than 100 clients in creating virtual representations based on their digital footprints, including emails, photographs, and social media content, with costs varying from several thousand yuan to 10,000 yuan (approximately \$1,390). According to Zhang, with adequate data input, the AI chatbot can assimilate the cognitive patterns of the individual it emulates, suggesting that technology may offer solutions to humanity’s enduring pursuit of immortality: “I recognized a market demand; technology serves as a conduit between life and death that transcends temporal and spatial boundaries”, he elaborates. “For individuals unprepared to confront death directly, technology can mitigate prolonged grief and facilitate closure” (Zhang in Wang Qian, 2024). This example revisits semiotic theory, positing that “the fundamental principle of language dictates that what remains unarticulated is rendered unacknowledged” (Hebdige in Gelder, 2005, p. 289).

A semiotic-discursive resource that can contribute to the construction and perception of vernacular authority is manipulation, defined as “the management of the socio-communicative context to induce a specific interpretation in another party” (Fabbri & Marcarino, 2020, p. 23). Fabbri (2020) highlights the pivotal role of manipulation in discourse, especially in the construction of legitimacy and authority. In this context, the perception of varying degrees of truth can be conceptualized as a process of modulation; an intentional adjustment aimed at influencing levels of adherence and identification. This modulation operates by cognitively and emotionally engaging individuals’ motivations in accordance with specific communicative and ritualistic goals. Moreover, for deceased individuals to undergo re-socialization and regain social recognition their presence must be meticulously constructed to appear both prominent and highly visible. Within this theoretical framework, the social reconstruction of the deceased’s image is integral to the re-socialization process. Such

reconstruction transcends a mere restoration to a previous state; rather, it re-configures their social presence, facilitating their reintegration (re-socialization) into the social fabric in a mediated and representational form.

As Bauman (2004) suggests, the rituals of mourning, while adapting to evolving sociocultural contexts, maintain a core function: the recontextualization of the deceased within a new social framework. As such, AI-driven reconstructions offer an illusion of presence by reproducing not only the deceased's physical likeness but their social function as well, thereby generating an "artificial" semblance of agency. In this context, AI does not simply simulate the deceased's face but constructs a new social persona (a new visage). While this newly constructed "face" lacks inherent authenticity, it is nonetheless perceived as such, owing to the sustained performance of the deceased's social role. The illusion of agency becomes crucial here: AI imbues the deceased with apparent autonomy, allowing these digital avatars to "act" and "respond" in ways that mirror the behaviors and roles they previously held. The visage, understood as a social construct, thus becomes the medium through which the illusion of face is projected, socially performed, and continually sustained. What may be perceived as agency is, in fact, a deliberately constructed façade intended to simulate proximity and continuity. This illusion is maintained not solely through memory but via a technologically mediated simulation that obscures the boundary between reality and representation. This phenomenon illustrates that the visage of the deceased, once a definitive indicator of individual identity, has transformed into a flexible and mediated construct, anchoring vernacular authority within ritualistic repetition. Consequently, the sacrifice of the "face" functions as the very mechanism through which the illusion of authenticity is sustained, allowing the deceased to persist in a form that is simultaneously socially constructed and technologically mediated.

The manipulation process concurrently engenders a degree of cooperation that transcends mere physical or symbolic coercion. In this context, rhetorical value is articulated in terms of trust and proximity, which are not necessarily bound by strict logical reasoning but function within an emotional-instrumental paradigm that amplifies perlocutionary effects (Austin, 1962) aimed at eliciting compassion or empathy. Moreover, Fabbri (2018) contends that a critical element in the efficacy of manipulation involves elucidating the context in which rhetorical-argumentative imposition occurs.

However, regardless of the extent to which it can emulate human behavior, it is evident that AI is inherently incapable of supplanting an actual person, as noted by Zhang from Super Brain. In fact, prior to delivering such services, his team engages in a preliminary discussion with clients to ascertain their intentions and the nature of their relationships with the individuals they wish to simulate and aim to communicate with. Subsequently, Zhang's team evaluates

whether the client possesses the psychological readiness necessary to benefit from the service.

There was a mother who contacted me to 'clone' her daughter. She has tried to commit suicide several times after losing her dearest. On the phone, she couldn't stop crying. After consulting a professional psychologist, we rejected her, because in her case, AI technology may harm her grieving process. (Zhang in Wang Qian, 2024)

Within this framework, manipulation transcends mere control over power and knowledge; it encompasses communicative processes pertaining to will, duty, belief, and trust; fundamental components that foster a disposition and sense of commitment among interlocutors. This expanded conceptualization underscores a notable transformation: the potential decline of traditional death rituals, even within symbolically rich traditions such as the Chinese one, indicates an imperative for an habit-change (whether rearticulated in secular or sacred terms). Such a transformation, however, prompts a reflection on long-standing behavioral patterns that have historically reemerged over time.

In his 1911 manuscript, Charles Sanders Peirce (1935) illustrates how, within the first five years of life, children begin to translate dynamic belief structures into embodied habits of action (Peirce in West, 2019, p. 1). These habits are not simple repetitions but reflect cognitive structures that guide behavioral change and act as catalysts for the emergence of new meanings (interpretants) within sign-object relations. As Donna West (2019) observes, these evolving belief structures can give rise to new explanatory frameworks:

Habit-change can consist in intangible implicit conduct which intimates the emergence of new logical connections between two or more events as episodes (causal or otherwise); and the nucleus of one event's effect upon the other(s) defines the habit as well as the logical relationship holding between the two. (p. 3)

This understanding of habit as dynamic and meaning-generating is particularly illuminating when considering the transformation of ancient Chinese belief systems within the digital realm. As we previously discussed, these innovations are technological novelties which echo what Peirce (1935, 1958) identified as the very core nature of habit: behavior informed by belief structures that adapt to new circumstances and resist rigid adherence to tradition. Peirce contends that habit must ultimately foster a new intellectual order of things—a preferable way of resolving an anticipated problem, usually prompted by some rationale, however implied (West, 2019)—. Accordingly, a habit arises in response to a “belief in a guideline” (West, 2019, p. 4); a notion that denotes a dispositional capacity, similar to previously established beliefs that may remain dormant until activated by suitable conditions. Possessing such a belief entails a

predisposition to act or think in alignment with an internalized conviction that delineates certain responses as appropriate or meaningful within specific contexts, prior to conscious deliberation. This interpretive process is essential not only in traditional ritual practice but also in digital contexts, where emerging ritual forms are understood and performed in alignment with previously held beliefs; now enhanced and adapted. In these settings, a belief in a guideline continues to function as a dispositional capacity, shaping how users engage with digital rituals. Moreover, algorithmic recognition of contextual factors (such as lunar calendar timing, geomantic alignment, or ancestral data) can simulate, reinforce, or even co-create meaningful ritual activity, demonstrating that these guidelines remain operative even in technologically mediated spaces. Remarkably, West elaborates that “the apprehension of the deictic components of like future event structures (orientation and location features) hastens the organization of likely episodes, hence implicitly recommending actual performance of the events themselves” (West 2019, p. 3).

Assuch, the emerging hybrid forms of ritual are not merely representations; they function as Thirds: symbols that generalize past practices into newly intelligible forms through cultural reasoning and technological mediation (West, 2019). Thus, the integration of AI into funerary practices should not be seen as a break from tradition, but rather as an instance of tradition’s semiotic vitality; its ability to change meaningfully while maintaining continuity. Thus, the evolution of traditional Chinese funerary practices exemplifies the logic of integrating artificial intelligence in contemporary digital rituals, which does not undermine ancestral belief systems but instead might broaden their semiotic reach.

These observations function as a cautionary reminder that the disruptions linked to traditional death rituals, which have largely transitioned to digital formats during the pandemic, have underscored the potential role of digital-synthetic media as mediators in this balance. From this vantage point, the digital milieu creates transformative liminal spaces that differentiate distinct “before” states (characterized by anxiety, discomfort, and insecurity) from “after” states defined by reassurance, comfort, and a sense of closeness. In the context of the pandemic, the observation of the efficacy of digital rituals, coupled with the opportunities provided later by the development of AI-based thanabots, has likely catalyzed a shift, or even a translation, of these habits. The digital space has introduced new means for engaging with death rituals, subtly altering the way these practices are enacted and experienced. Thus, as people engage with these new forms, a habit may emerge in response to the virtual and technological mediation of ancestral communication, leading to observable outcomes. The result is a reconfiguration of the ritualistic framework, enabling a new approach that both honors traditional practices and incorporates the transformative potential of digital innovation.

In this outlook, digital spaces have emerged as arenas for imaginative re-figuration, capable of redirecting the mythical semiosis of the original text(s) according to metaphorical or pseudo-mythological structures. Within these frameworks, mythological conceptual motifs are organized and mediated by AI systems, according to rationally codifying criteria (Augieri, 1991) within a network of intertextual references that ultimately relate back to the digital universe. In these contexts, vernacular expressions transcend mere obfuscation of underlying power relations; they also act as instruments through which the majority exercises symbolic authority, thereby reinforcing vernacular legitimacy. This dynamic introduces complexity into the religious domain by engendering informal hierarchies and emphasizing the mediating function of AI generative systems, wherein philosophical-religious narratives and digital imagery become structurally integrated.

Traditional Chinese cosmologies uphold that the demarcation between life and death is fluid rather than binary, existing along a continuum. The persistence of this belief, manifested both through enduring ritual practices and their digital adaptations, demonstrates a profound axiological commitment to sustaining intimacy with ancestral figures. Over time, this commitment has the potential of solidifying into a fixation of belief, underpinned by the epistemic authority progressively conferred upon AI-generated thanabots. These digital entities function not only as technological intermediaries but also as axiological mediators, instrumental in preserving and performing ritual continuity.

4. A MAGICAL MODEL FOR COMMUNICATION

At this junction, starting from the premise that AI embodies a technoccephalic mimesis (defined as a computational replication of human cognitive processes) we investigate the potential of this technology to significantly alter perceptions of mortality through various mechanisms, potentially giving rise to a postmortal society (Hurtado, 2017) where death is no longer perceived as an absolute conclusion. Through the integration of generative artificial intelligence methodologies alongside Pre-trained Generative Transformers (GPTs) within Large Language Models (LLMs), organizations such as SuperBrain have developed digital systems that facilitate seamless communication while also emulating contextually empathetic responses (Hurtado, 2022). This advancement augments coherence by employing linguistic patterns that are intrinsically linked to trustworthiness and relational proximity, a notion previously recognized as significant and desirable within Chinese funerary customs.

This potential is predicated on a shift in dialogical communication between the living and the deceased, whereby individuals can engage in conversations with chatbots specifically designed to construct, through gathered data, a digital visage of the deceased individuals. Consequently, the digital trail generated

by AI profiles individuals comprehensively, revealing preferences, histories, trends, affinities and personality traits. However, in contrast to traditional funerary rituals, which are predicated on the assumption of interaction between the living and the deceased (albeit one that is not actively performed by the latter) these novel rituals require active participation from both parties, while still remaining rooted in established ritualistic traditions. From this perspective, AI functions as a translator of a habit by introducing the concept of the Virtual Deceased Visage (VDV). This speculative construct adeptly emulates the behaviors and characteristics of an individual who has passed away, allowing their continued role as social actors in a posthumous context, thereby maintaining human social connections. These practices underscore a concerted effort to maintain the continual welfare and spiritual guidance of deceased ancestors in the lives of their descendants, significantly leveraging established rituals within the digital realm.

By contextualizing this speculative concept within the framework of digital immortality studies, we propose the VDV as a manifestation of the posthumous visage, which potentially creates an illusion of sustaining social connections between the living and the deceased through its ritualized enactment. The theoretical basis for this illusion fundamentally lies in obligatory behaviors that, when repeated, constitute a ritual enabling covert communication between the living and the dead. Consequently, an analysis of this socio-cultural transformation reveals a magical paradigm that assumes particular significance in light of ongoing developments within the historical trajectory of Chinese vernacular practices.

The concept of magic has been the subject of considerable scholarly debate within the field of religious studies; it is variously understood as a practice and a form of esoteric knowledge distinguished by its purported ability to manipulate natural forces, while concurrently being repudiated as fraudulent and condemned by both civil and religious institutions⁹. The terms magic, mage, and magician in the English language are derived from the Latin word *magus*, which traces its origins to the Greek μάγος, ultimately sourced from the Old Persian *magus*, believed to have evolved from the Proto-Indo-European root *megh*^h-*magh, signifying “to be able”. Furthermore, it appears that the Old Persian form permeated ancient Semitic languages, manifesting as Talmudic Hebrew *magosh*, Aramaic *amgusha* (meaning magician), and Chaldean *maghdim*

⁹ In the early days of comparative studies (Tylor, 1871), which were oriented towards absolute evolutionism, magic was viewed as humanity's most primitive attempt to establish causal relationships: by interpreting mere temporal sequences and subjective associations as objective causal links, primitive man would have created a 'pseudo-science' aimed at controlling the forces of nature. Given that practices intended to invoke effects in nature are also found within religious contexts, J. G. Frazer (1976) posed the question regarding the distinction between magic and religion: according to his proposed solution, they correspond to two opposing mental frameworks; for religion, the world is governed by supernatural personal beings addressed through prayers and sacrifices, whereas magic presupposes a system of impersonal forces upon which coercive action is possible. Conversely, an alternative viewpoint associated with sociologist Marcel Mauss (1904) and Émile Durkheim (1912) characterizes magic as private rites and ceremonies, distinguishing it from religion —defined as a communal and organized endeavor.

(representing wisdom and philosophy). A brief examination of the Cambridge English-Chinese dictionary (2025)¹⁰ reveals a series of lexemes associated with the concept of the magical: illusionary, mysterious, powerful, enchanted¹¹.

This lexical ensemble, characterized by a range of articulated semantic nuances, can be interpreted as governed by a relationship of parasynonymy. Accordingly, compulsoriness/compulsion, defined as the perceived necessity or obligation to engage in particular actions, constitutes a central aspect of magical topologies. These topologies operate as meta-semiotic systems that not only suggest but actively enforce specific ritual norms, thereby directing behavior through an interplay of symbolic authority, tradition, and affective influence. These norms align with the belief that what defines magic is a distinctive power intrinsic to objects or individuals endowed with it: a potency that may be entirely illusionary or derived from an object that bestows it upon them. Accordingly, Lotman characterizes magic as having four prominent features (Lepic, 2002): (1) bilateralism, which denotes that both participants in the magical act occupy dual roles as subject (speaker) and object (listener); (2) the establishment of a “contractual” relationship between the involved parties; (3) “compulsoriness”, whereby each participant exerts influence over the other; and (4) “equivalence”, which signifies a balance characteristic of conventional, signed relationships (Lotman, 1993, p. 345). However, it might also be the case that one participant perceives themselves as lacking the capacity to exert tangible influence over another; instead, they harbor expectations of receiving an unexplained gift. As such, they establish a “correlation” between their own agency and an “inexplicable power” through various actions intended to warrant this gift, all while their anticipation is grounded in the belief that such intangible forces lie beyond their control. This concept resonates with Arthur Clarke’s interpretation of magic, wherein he posits that “any sufficiently advanced technology is indistinguishable from magic” (Clarke, 1973, p. 20).

Magic thus emerges as a performative act executed by an agent (Tambiah, 1999), with its essence invariably related to either an indirectly influenced object (communication) or one subject to instrumental manipulation through certain “supernatural” phenomena. Consequently, when individuals possess both listening and speaking capacities, the speaking function is directly associated with the agent’s own magical practices, whereas the listening function corresponds to mythological frameworks related to magical agents. This connection situates these agents within ritualized norms derived from ancestral traditions that practitioners of magic are expected to master. From this vantage point, belief assumes a critical role as a sociocognitive resource that enables the formation of perspectives and modes of interaction among groups by

¹⁰ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-chinese-simplified/magic> - Accessed: March 5, 2025

¹¹ Hyphenation. 神奇 [shénqí] magical; mystical; miraculous. 魔术 [móshù] magic, juggling. 巫术 [wūshù] witchcraft. 魅力 [mèilì] charm; glamor; charisma

simplifying or reducing the complexity inherent in representing reality (Fabri, 2020). Belief thus operates as an intersubjective construct that shapes how groups perceive their ways of being and acting, while simultaneously influencing the observation and treatment of alterity. From this point of view, as Leone elucidates:

Beliefs can be generally construed as patterns that, given the immersion of a being in a situation, select the potential alternatives that can be cognized as accessible from such a situation. Constructing new beliefs therefore means creating new patterns that link a present situation with its potential alternatives; or rather, to say it in structural terms, that define the value and meaning of a situation experienced as present in relation to its potential alternatives. (Leone, 2011, p. 282)

The dimension of belief is intricately connected to the notion of re-enchantment and elucidates a particular form of ambivalence: the coexistence of belief and disbelief concerning the efficacy of specific ritual practices. In this context, re-enchantment denotes the resurgence or continuity of symbolic significance, emotional profundity, and spiritual resonance within contexts that might otherwise be characterized by rationalization, secularization, or technological mediation. This concept is especially relevant to practices linked with vernacular expressions of religion and spirituality, understood as emergent manifestations of lived religions. While this dynamic reveals various aspects, it also indicates the potential for examining the re-socialization of ancestors through vernacularized (idiosyncratic) responses to AI-driven cultures, wherein ritual continuity functions as a resilient and familiar cultural element amid unforeseen social disruptions. From this vantage point, vernacular rituals additionally represent a form of symbolic resilience against the intrusive demands associated with neoliberalism.

5. CONCLUSION

Li Bai (701-762), maybe the most famous ancient Chinese poet, wrote: “The living are but passersby who stray; the dead return, in eternity they stay. The World is a guesthouse, and our journey —with grief— a dust of eternity’s sway”¹². Life and death are simply circulations of the natural order, and death marks the end of worldly treadmills and a final rest in peace. Besides echoing what we have discussed at the very beginning of the text, the beliefs in the end of the Course of Men and the intersectionality between different worlds, enacted via repetition as a mediational performance, serve as vernacular authority in mediating the exchange between different worlds for resocializing the bereft

12 生者為過客，死者為歸人。天地一逆旅，同悲萬古塵。 Cited from: [https://zh.wikisource.org/zh-hant/%E6%93%AC%E5%8F%A4_\(%E7%94%9F%E8%80%85%E7%88%B2%E9%81%8E%E5%AE%A2\)](https://zh.wikisource.org/zh-hant/%E6%93%AC%E5%8F%A4_(%E7%94%9F%E8%80%85%E7%88%B2%E9%81%8E%E5%AE%A2))

from other worlds back to the world of living beings. After the abrupt bereavement that both the face and the visage disappear since the person is gone, rituals are performed to bring the dead back to the social network of the living in order to reconstruct the visage of the deceased. The unilateral communication between the living and the dead also indicates the fluidity of such rituals. Only if one considers the kernel of rituals aimed at resocializing the bereft in the community can we foretell all kinds of transformations of such practices in the future, in the same way as the past foresaw our present-day mourning practices: Confucius would be angry to see today's mourning rituals by commenting them as "The collapse of rites and music"¹³; yet the dynamics of vernacular authority lies precisely in liberating themselves in form while hinging on the core practice—in our case, resocialization—which refers, again, to the cultural memory of the Chinese people.

However, the introduction of digital resurrection has changed the landscape of mourning in terms of its resocialization attempts. AI-driven technologies bring new possibilities for speaking with the deceased, which alternatively mediate the relationship between the living and the dead, further changing how vernacular authorities regarding mourning operate in the social sphere. Since the vernacular authorities are always a social product and are constructed through lived experiences, the understanding of death goes beyond the end of biological life and is extended towards a digital presence of the dead: By textual inputs from the deceased, AI chatbots create an uncanny avatar (which, clearly, links to the "uncanny valley effect") and can interact with the living in conversations. In this context, re-enchantment is not merely a return to pre-modern belief systems but rather a complex process that integrates secular and religious components, in ways that challenge conventional assumptions. This intricate coexistence is manifested in various practices that render the past present, cultivating ritual frameworks that evoke feelings of awe, reverence, and a renewed sense of belonging.

The article further discusses that re-enchantment, conceptualized as a form of "re-making", encapsulates the dynamics of continuity and discontinuity amid technological evolution and social transformations. Herein lies an extension of re-enchantment beyond mere belief systems to include vernacular rituals engendered in AI-driven contexts, symbolizing a reclamation of elements from social and cultural life that have been lost or forgotten. This "re-making" process is pivotal for comprehending how deceased individuals can be re-socialized in the digital age; a process which encapsulates shifting representations of personhood. By textual inputs from the deceased, AI chatbots create an uncanny avatar (which, clearly, links to the "uncanny valley effect") and can interact with the living in conversations. In this vein, the "traditional,"

¹³ 禮崩樂壞 [lǐ bēng yuè huài]. The comment was made by Confucius in the context of the collapse of Zhou Dynasty, when the nobles were no longer following the rituals prescribed by the emperor and performed their rituals in the way

unilateral communication between the living and the dead becomes bilateral, creating an illusion of the bereft and re-enchanting mourning practices by summoning the dead again in the form of chatbots, much as photographs provide a paradox between life and dead, as Barthes (2010) argued. He noted that when viewing a photograph of a deceased person —such as in memorial photography— the individual often appears to be merely sleeping, evoking a sense of peace. However, if the person visibly looks deceased or if the viewer is aware of their death, the image takes on an eerie and unsettling quality. Sherlock notes, “Perhaps his astonishment in photography is now our astonishment in digital technology” (2013, p. 174). Whereas a rationalized world, as Weber (2001) conceptualizes, demystifies the world beyond mortal reaches, digital resurrection reintroduces mysticism (digital necromancy, as Sherlock (2013) notes) in the social sphere along with the advancements in technology. Let us imagine a situation where an image of the dead is replaced with an AI-driven chatbot. It is an eerie format, but people would soon get used to it in the same way as people became accustomed to photography.

Sebeok has the famous thesis: “to be alive is to be semiotically active” (cited from Kull, Emmeche & Hoffmeyer, 2011, p. 2). If we apply the criteria to digital resurrection, we can find the uncanniness in its essence. It is an interesting point here that the original German word for uncanny is *Unheimlich* in Freudian terms, which literally means “not homely”. The bereft, when being resocialized, are brought “back home” by reconstructing the social links with the visage. But in AI chatbots, the physical face is also resurrected digitally and pretends that the dead is biologically alive. The digital avatar of the dead seemingly creates new texts in its interaction with the living by pretending the dead is biologically alive, which indicates that the resocialization attempt from the mourners can give place to the perception of aliveness from the dead. However, built upon the texts that already exist, the illusion only has a second-hand agency that is merely a retelling and reorganizing of existing personal texts that are no longer semiotically active from the perspective of the bereft. This illusionary agency becomes crucial in imparting apparent autonomy to the deceased, thus enabling digital avatars to perform actions and respond in manners reminiscent of their social roles. However, what might seem like agency on behalf of the deceased is instead a meticulously crafted facade simulating presence and continuity. The “magical” power of this illusion resides in its capacity to sustain continuity, not solely through memory but via a digitally mediated construct that serves as a conduit for re-socialization. The Course of Men, or the journey as Li Bai wrote, is prolonged in digital resurrection, but it is no longer a meaning-making agency that has its own face and visage in the social sphere.

Moreover, the illusion created by digital resurrection may stifle the dynamics of vernacular authority and bring a stalemate in the lived experiences of mourning the dead. While mourning rituals rely on repetition and reinterpretation,

digital resurrection fossilizes the deceased in a particular textual and visual form, curating their identity in a way that limits organic transformation. By anchoring the deceased in an AI-generated representation, it risks reducing them to a static artifact rather than allowing their memory to be reshaped by collective remembrance. The participatory, ever-evolving nature of mourning is thus constrained, as interactions with the resurrected digital persona may become scripted and predictable, leaving little space for reinterpretation and vernacular agency. Consequently, instead of fostering a dynamic interplay between past and present, digital resurrection risks creating an artificial continuity that suppresses the emergent, contested, and heteroglossic nature of cultural memory. In this way, it paradoxically disrupts the very processes of meaning-making and negotiation that mourning rituals have long sustained, turning the fluidity of commemoration into a rigid, algorithmically mediated simulation of presence. Ultimately, in digital resurrection, the prolonged journey is designed for the dead via visages, while the traveler — the living participant — is no longer fully present as the face wanes.

REFERENCES

- Accardi, M. & Prewitt R. (2023). Cultural Necromancy: Digital Resurrection and Hegemonic Incorporation. *SubStance*, 52(2), 74-101. <https://doi.org/10.1353/sub.2023.a907150>
- Assmann, J. (2008). Communicative and Cultural Memory. In Erll, A. & Nünning, A. (Eds.), *Cultural Memory Studies. An International and Interdisciplinary Handbook* (pp. 109-118.). Walter de Gruyter.
- Austin, J. L. (1962). *How to Do Things with Words*. Clarendon Press.
- Barthes, R. (2010). *Camera Lucida: Reflections on Photography*. Hill and Wang.
- Bauman, R. (2004). *A World of Others' Words: Cross-Cultural Perspectives on Intertextuality*. Blackwell Publishing.
- Bauman, R. (2008). The Philology of the Vernacular. *Journal of Folklore Research*, 45(1), 29-36.
- Cheng, K. Y. (2025). The Law of Digital Afterlife: The Chinese Experience of AI 'Resurrection' and 'Grief Tech'. *International Journal of Law and Information Technology*, 33(1), eaae029. <https://doi.org/10.1093/ijlit/eaae029>
- Chinese Text Project. (n.d.). Xunzi. *Chinese Text Project*. <https://ctext.org/xunzi/ens>
- Chow, A. Y. M. (2017). Death in the Family – Bereavement and Mourning in Contemporary China. In Zang, X. & Zhao, L. X. (Eds.), *Handbook on the Family and Marriage in China* (pp. 373-391). Edward Elgar.

- Clarke, A. C. (1973). *Profiles of the Future: An Inquiry into the Limits of the Possible*. Gollancz.
- Cowan, D. E. (2005). Online U-Topia: Cyberspace and the Mythology of Placelessness. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 44(3), 257-263.
- Dawson, L. L. (2000). Researching Religion in Cyberspace: Issues and Strategies. In Hadden, J. K. & Cowan, D. E. (Eds.), *Religion on the Internet: Research Prospects and Promises* (pp. 25-54). JAI.
- Durkheim, E. (1912) *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Alcan.
- Fabbri, P. & Marcarino, A. (2020). Il Discorso Politico. *DeSignis*, 33, 23-36.
- Fabbri, P. (2018). "La Prima Vittima della Guerra è la Verità". Interview with Paolo Fabbri. *Semiotica online*. www.paolofabbri.it/interviste/prima_vittima_guerra/
- Frazer, J. G. (1976). *The Magic Art and the Evolution of Kings* (Vol. 1). The Macmillan Press.
- Fu, C. & Glasdam, S. (2022). The 'Good Death' in Mainland China: A Scoping Review. *International Journal of Nursing Studies Advances*, 4, 1-24. <https://doi.org/10.1016/j.ijnsa.2022.100069>
- Gramigna, R. (2024). Preserving Anonymity: Deep-Fake as an Identity-Protection Device and as a Digital Camouflage. *International Journal for the Semiotics of Law – Revue Internationale de Sémiotique Juridique*, 37(3), 729-751. <https://doi.org/10.1007/s11196-023-10079-y>
- Henrickson, L. (2023). Chatting with the Dead: The Hermeneutics of Thanabots. *Media, Culture & Society*, 45(5), 949-966. <https://doi.org/10.1177/01634437221147626>
- Hoover, S. M. (Ed.). (2016). Introduction. In *The Media and Religious Authority* (pp. 1-11). Penn State University Press.
- Howard, R. G. (2013). Vernacular Authority: Critically Engaging "Tradition." In Blank, T. J. & Howard, R. G. (Eds.), *Tradition in the Twenty-First Century: Locating the Role of the Past in the Present* (pp. 72-99). Utah State University Press.
- Hsu, C.-Y., O'Connor, M. & Lee, S. (2009). Understandings of Death and Dying for People of Chinese Origin. *Death Studies*, 33(2), 153-174. <https://doi.org/10.1080/07481180802440431>
- Hurtado, H. (2017). *Postmortal Society: Towards a Sociology of Immortality*. Routledge.
- Hurtado, J. (2022). Envisioning Postmortal Futures: Six Archetypes on Future Societal Approaches to Seeking Immortality. *Mortality*, 29(1), 18-36.
- Kang, C. & Hongbing, Y. (2022). A Lotmanian Semiotic Interpretation of Cultural Memory in Ritual. *Semiotica*, 245, 157-173. <https://doi.org/10.1515/sem-2019-0085>

- Khiun, L. K. (2016). Shadow and Soul: Stereoscopic Phantasmagoria and Holographic Immortalization in Transnational Chinese Pop. In Lim, S. S. & Soriano, C. R. (Eds.), *Asian Perspectives on Digital Culture: Emerging Phenomena, Enduring Concepts* (pp. 152-168). Routledge.
- Kull, K., Emmeche, C. & Hoffmeyer, J. (2011). Why Biosemiotics? An Introduction to Our View on the Biology of Life Itself. In Emmeche, C. & Kull, K. (Eds.), *Towards a Semiotic Biology* (pp. 1-21). Imperial College Press.
- Lachmann, R. (2008). Mnemonic and Intertextual Aspects of Literature. In Erll, A. & Nünning, A. (Eds.), *Cultural Memory Studies: An International and Interdisciplinary Handbook* (pp. 301-310). Walter de Gruyter.
- Leone, M. (2011). Motility, Potentiality, Infinity: A Semiotics Hypothesis on Nature and Religion. *Biosemiotics*, 5, 369-389.
- Lepik, P. (2002). On Universalism in Connection with the Interpretation of Magic in the Semiotics of Juri Lotman. *Sign Systems Studies*, 30(2), 555-576.
- Lotman, J. M. & Uspenskij, B. A. (1988). Myth—Name— Culture. In Lucid, D. P. (Ed.), *Soviet Semiotics: An Anthology* (pp. 233-252). Johns Hopkins University Press.
- Lotman, J. M. (1984). "Agreement" and "Self-Giving" as Archetypal Models of Culture. In *The Semiotics of Russian Culture* (pp. 125-140). University of Michigan Press.
- Lotman, J. M. (1988). The Semiotics of Culture and the Concept of a Text. *Soviet Psychology*, 26(3), 52-58. <https://doi.org/10.2753/RPO1061-0405260352>
- Mauss, M. (1904). L'origine des pouvoirs magiques dans les sociétés australiennes. En *Œuvres. 2. Représentations collectives et diversité des civilisations* (pp. 319-369). Les Éditions de Minuit.
- Nöth, W. (1990). Semiotics of Magic. In Koch, W. A. (Ed.), *Aspekte Einer Kultursemiotik*, Universitätsverlag (pp. 141-163). Bochum.
- Peirce, C. S. (1935). *Collected Papers of Charles Sanders Peirce* (Vols. 1-6). Harvard University Press.
- Peirce, C. S. (1958). *Collected Papers of Charles Sanders Peirce* (Vols. 7-8). Harvard University Press.
- Primiano, L. N. (1995). Vernacular Religion and the Search for Method in Religious Folklife. *Western Folklore*, 54(1), 37-56. <https://doi.org/10.2307/1499910>
- Rodríguez Reséndiz, H. & Reséndiz, J. R. (2024). Digital Resurrection: Challenging the Boundary between Life and Death with Artificial Intelligence. *Philosophies*, 9(3). <https://doi.org/10.3390/philosophies9030071>
- Schechner, R. (2022). *Ritual and Performance*. Taylor & Francis.
- Setterson Jr., R. A., (2002). Socialization in the Life Course: New Frontiers in Theory and

Research. In Settersten Jr., R. A. & Owens, T. J. (editors), *Advances in Life Course Research* (pp. 13-40). JAI Press.

Sherlock, A. (2013). Larger Than Life: Digital Resurrection and the Re-Enchantment of Society. *The Information Society*, 29(3), 164-176. <https://doi.org/10.1080/01972243.2013.777302>

Shuang, L. (1993). The Funeral and Chinese Culture. *The Journal of Popular Culture*, 27(2), 113-120. <https://doi.org/10.1111/j.0022-3840.1993.113555.x>

Song, H. (2022). A Wailing Wall in Cyberspace: Loneliness, Censorship, and Collective Memory – In Memory of Dr. Li Wenliang. *Digital Age in Semiotics & Communication*, 5, 103-125. <https://doi.org/10.33919/dasc.22.5.6>

Tambiah, S. J. (1999). *Magic, Science, Religion and the Scope of Rationality*. Cambridge University Press.

Tu, H. (2022). Long Live Chairman Mao! Death, Resurrection, and the (Un)Making of a Revolutionary Relic. *The Journal of Asian Studies*, 81(3), 507-522. <https://doi.org/10.1017/S0021911821002321>

Tylor (1871) *Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Language, Art and Custom*. Murray.

Valk, Ü. (2022). An Introduction to Vernacular Knowledge. In Valk, Ü. & Bowman, M. (Eds.), *Vernacular Knowledge: Contesting Authority, Expressing Beliefs* (pp. 1-21). Equinox Publishing Ltd.

Viola, M. (2024). Masked Faces: A Tale of Functional Redeployment between Biology and Material Culture. In Leone, M. (Ed.), *The Hybrid Face: Paradoxes of the Visage in the Digital Era* (pp. 1-21). Routledge / FACETS Advances in Face Studies.

Wang, J. X. Y. N., & Hairuo, J. (2024). Tasting Loss. In Lim, y. & Lye, K. Y. (Eds.), *Reading Violence and Trauma in Asia and the World* (pp. 202-212). Routledge.

Wang, Q. (2024). "AI gives the impression of life after death: Technology developed to provide comfort to the grieving time of emotional stress". *China Daily*. AI gives impression of life after death - Chinadaily.com.cn

Wang, Y., Huang, Y., Zheng, R., Yue, X. & Dong, F. (2023). Intern Nursing Students' Perceived Barriers to Providing End-of-Life Care for Dying Cancer Patients in a Death Taboo Cultural Context: A Qualitative Study. *Asia-Pacific Journal of Oncology Nursing*, 10(4), 100210. <https://doi.org/10.1016/j.apjon.2023.100210>

Weber, M. (2001). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. Routledge Classics.

West, D. (2019). Action Habit as Imperative: Peirce's Supreme Art. *Southern Semiotic Review*, 10, 1-22.

Xu, Y. (2007). Death and Dying in the Chinese Culture: Implications for Health Care

Practice. *Home Health Care Management & Practice*, 19(5), 412-414. <https://doi.org/10.1177/1084822307301306>

Yick, A. G. & Gupta, R. (2002). Chinese Cultural Dimensions of Death, Dying, and Bereavement: Focus Group Findings. *Journal of Cultural Diversity*, 9(2). 32-42. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/12226932/>

* Author contribution: Hongjin Song authored the first two sections, as well as the initial passages of the third section. Giustina B. Baron continued the discussions in the third section and was responsible for writing the fourth one, while the conclusions were collaboratively composed by both authors.

* Note: the Academic Committee of the journal approved the publication of the article.

* The dataset that supports the results of this study is not available for public use. The research data will be made available to reviewers, if required.



Article published in open access under the Creative Commons License - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICATION OF THE AUTHORS

Giustina B. Baron. PhD –candidate– in Semiotics and Religious Studies, Italian Doctoral School of Religious Studies, with a scholarship from the Università degli Studi di Torino (Italy). Also pursuing a *co-tutelle* with Tartu Ülikool (Estonia).

Hongjin Song. PhD –candidate– in semiotics and cultural studies, Tartu Ülikool (Estonia). Junior research fellow at the department of semiotics of Tartu Ülikool.

La gestualidad del presidente Volodímir Zelenski

Una aproximación analítica

President Volodymyr Zelensky's gestures

An analytical approach

A Gestualidade do presidente Volodymyr Zelensky

Uma abordagem analítica

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4106>

► PALMA PEÑA-JIMÉNEZ

palma.pena@urjc.es - Madrid - Universidad Rey Juan Carlos, España.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3732-7483>

CÓMO CITAR: Peña-Jiménez, P. (2025). La gestualidad del presidente Volodímir Zelenski. Una aproximación analítica. *InMediaciones de la Comunicación*, 20(2). <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4106>

Fecha de recepción: 29 de abril de 2025

Fecha de aceptación: 28 de octubre de 2025

RESUMEN

El artículo presenta un estudio de caso sobre los aspectos no verbales del discurso, centrado en los elementos kinésicos y proxémicos de las intervenciones del presidente ucraniano Volodímir Zelenski. Se parte de la comprensión de que los actos de comunicación —en este caso, de carácter político— son procesos complejos donde intervienen elementos lingüísticos, paralingüísticos y no verbales que informan y comunican, regulando el discurso dentro de una situación y contexto determinados. En una sociedad centrada en la imagen, la gestualidad, la postura, el escenario, la indumentaria y el entorno resultan factores decisivos para alcanzar los objetivos y generar adhesión a una causa. En este sentido, se analizan las siguientes

categorías: proxemia, lenguaje corporal, contacto visual y expresión facial-gestual, siguiendo la categorización básica de Ussa (2013), la clasificación de gestos propuesta por Calvo, García y Pérez (2013) y el estudio sobre la *rostrosfera* planteado por Finol y Finol (2021). Los resultados evidencian que la expresión gestual del presidente de Ucrania varía dependiendo del contexto y de sus interlocutores. Como muestra contrastante, las intervenciones remotas con parlamentarios europeos al inicio del conflicto entre su país y Rusia se caracterizan por una gestualidad más contenida, mientras que las manifestadas en la Casa Blanca junto al presidente de Estados Unidos, Donald Trump, revelan una mayor expresividad, lo cual ilustra el modo en que los contextos, los destinatarios y los interlocutores inciden en la comunicación gestual.

PALABRAS CLAVE: *comunicación, discurso, gestualidad, kinesia, Zelenski.*

ABSTRACT

The article presents a case study on the non-verbal aspects of discourse, focusing on the kinesic and proxemic elements of Ukrainian President Volodymyr Zelensky's speeches. It is based on the understanding that acts of communication—in this case, of a political nature—are complex processes involving linguistic, paralinguistic and nonverbal elements that inform and communicate, regulating discourse within a given situation and context. In an image centred society, gestures, posture, setting, clothing and environment are decisive factors in achieving objectives and generating support for a cause. In this regard, the following categories are analysed: proxemic, body language, eye contact and facial-gestural expression, following the basic categorization of Ussa (2013), the classification of gestures proposed by Calvo, García and Pérez (2013) and the study on the *rostrosfera* (face sphere) proposed by Finol and Finol (2021). The results show that the Ukrainian president's gestural expression varies depending on the context and his interlocutors. As a contrasting example, his remote interventions with European parliamentarians at the beginning of the conflict between

his country and Russia are characterized by more restrained gestures, while those made at the White House alongside US President Donald Trump reveal greater expressiveness, illustrating how contexts, audiences and interlocutors influence gestural communication.

KEYWORDS: *communication, discourse, gestures, kinesics, Zelenski.*

RESUMO

O artigo apresenta um estudo de caso sobre os aspectos não verbais do discurso, centrado nos elementos cinésicos e proxémicos das intervenções do presidente ucraniano Volodímir Zelenski. Partese do entendimento de que os atos de comunicação—neste caso de natureza política—são processos complexos nos quais intervêm elementos lingüísticos, paralingüísticos e não verbais que informam e comunicam, regulando o discurso dentro de uma situação e contexto determinados. Numa sociedade centrada na imagem, a gestualidade, a postura, o cenário, o vestuário e o ambiente são fatores decisivos para alcançar os objetivos e gerar adesão a uma causa. Nesse sentido, são analisadas as seguintes categorias: proxemia, linguagem corporal, contacto visual e expressão facial-gestual, seguindo a categorização básica de Ussa (2013), a classificação de gestos proposta por Calvo, García e Pérez (2013) e o estudo sobre a *rostrosfera* apresentado por Finol e Finol (2021). Os resultados evidenciam que a expressão gestual do presidente da Ucrânia varia dependendo do contexto e dos seus interlocutores. Como exemplo contrastante, as intervenções remotas com parlamentares europeus no início do conflito entre o seu país e a Rússia são caracterizadas por uma gestualidade mais contida, enquanto as manifestadas na Casa Blanca ao lado do presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, mostram uma maior expressividade, o que ilustra a forma como os contextos, os destinatários e os interlocutores marcam a comunicação gestual.

PALAVRAS CHAVE: *comunicação, discurso, gestos, cinesia, Zelenski*

1. INTRODUCCIÓN

La comunicación política es siempre un acto de comunicación intencional que persigue unos objetivos, ya sea mantener un nivel de popularidad, conseguir visibilidad, captar apoyos políticos, logísticos o económicos por parte de otras instituciones o incluso de otros países. En los discursos de carácter político no solo influyen y significan las palabras pronunciadas oralmente, sino también los elementos paralingüísticos —entonación, tono, volumen, etc.— que deben adecuarse al estilo y a la situación comunicativa. Además, adquieren un papel preponderante la expresión gestual y corporal, en una sociedad fuertemente atravesada por la imagen, la visualidad, la escenificación y la telegenia.

También resultan factores determinantes quién habla y qué rol ocupa, ya que la importancia del emisor y su posición son decisivas para alcanzar la visibilidad mediática buscada y, por ende, ganar influencia. A ello se suma qué dice y cómo lo expresa —postura, gestualidad, indumentaria, etc.—. En definitiva, la puesta en escena —el escenario, la indumentaria, la postura, la mirada y los gestos— resulta decisiva para alcanzar los objetivos perseguidos, para persuadir y obtener apoyos o, por el contrario, que falle por falta de adecuación al contexto comunicativo.

Parece claro que las audiencias, destinatarios o telespectadores perciben el discurso de manera integral, pero los elementos no verbales se procesan más rápidamente, refuerzan el recuerdo y afectan la percepción (Gong & Bucy, 2016; Bauer & Carpinella, 2017). En la expresión no verbal prevalece la dimensión emotiva y emocional, recurso constantemente empleado en el discurso político. Tal como afirma De Santiago (2005), la comunicación persuasiva, y el discurso político lo es, “pretende inducir al interlocutor a adherirse a las propuestas del emisor” (p. 61) con el fin de obtener su apoyo. Se trata, por tanto, de actos comunicativos intencionales orientados a la consecución de objetivos específicos, donde puede observarse cómo

os processos semióticos mesclam, sem solução de continuidade, linguagens, conceitos, práxis, corpos, coisas, espaços e tecnologias dentro de dispositivos textuais que, uma vez constituídos e em funcionamento, tendem a esconder o processo que os constituiu, (...). As formas articulam substâncias, e estas, quando tudo está resolvido, caçoam daquelas. Ato político ao qual se deve responder com um ulterior ato —político e metapolítico ao mesmo tempo. (Marrone, 2019, p. 2)

El sentido final del mensaje resulta de la integración de todos sus elementos, y “la sincronía de los tres sistemas interdependientes (verbal, paralingüístico y kinésico) es la clave de la elocuencia, pues su congruencia proporciona credibilidad al discurso” (Fernández-Hoya & Cáceres Zapatero, 2022, p. 54). En las intervenciones políticas, como en casi todo acto de comunicación, obtienen un significado y una relevancia especiales los aspectos posturales y gestuales, pues

“desde las antiguas representaciones míticas, ya sean verbales, visuales o ambas, hasta las representaciones mediáticas, el rostro y el cuerpo han sido examinados en sus muchas formas de presentación, representación y transformación” (Finol & Finol, 2021, p. 12).

En la primera parte del artículo, se presentan las categorías básicas que ordenan la comunicación no verbal: proxemia, lenguaje corporal, contacto visual y expresión facial-gestual, siguiendo la categorización de Ussa (2013), la clasificación sobre gestos apuntada por Calvo, García y Pérez (2013) y el estudio sobre la rostrosfera planteado por Finol y Finol (2021). Luego, a partir del ordenamiento analítico planteado, se hace referencia a la gestualidad política del presidente ucraniano Volodímir Zelenski, cuyas intervenciones sirven para ilustrar los aspectos no verbales de su discurso y para esbozar el contraste entre sus participaciones remotas en los parlamentos de distintos países (Alemania, España, Francia, Reino Unido, Israel, USA, entre otros)—al inicio del conflicto entre su país y Rusia— y la mayor expresividad mostradas durante su visita a la Casa Blanca.

2. COMUNICACIÓN NO VERBAL

Nadie pone en duda que nuestro/s interlocutor/es procesan simultáneamente los elementos —verbales y no verbales— y son las circunstancias, es decir, el conjunto de factores que configuran el contexto y la situación comunicativa. Sobre el contexto, retomaremos más adelante (en el punto 2.1) algunos datos adicionales.

El conjunto de elementos verbales, paralingüísticos, y no verbales contribuye a generar el sentido íntegro de nuestra comunicación. Nuestros actos comunicativos son intencionales y persiguen un objetivo, pero “es imposible comunicar únicamente verbalmente sin producir signos no verbales que se coestructuran o combinan con los verbales para transmitir información de distinto tipo (referencial o no referencial) o para regular el discurso y la interacción” (Cestero Mancera, 2018, p. 72). Siempre se ha considerado importante la postura y el gesto, pero su relevancia se ha incrementado “con la política moderna cuando las expresiones faciales fueron habitualmente entrelazadas con valores morales, cualidades emocionales y con el carisma necesarios para la construcción del liderazgo y legitimidad política” (Gayol, 2024, p. 351).

Lo necesariamente determinante es la coherencia y cohesión en el discurso entre los elementos verbales, paralingüísticos y no verbales, sin olvidar que nuestro rostro transmite dibujos faciales que se encargan de reforzar nuestras palabras o contradecirlas, en cuyo caso, según afirman Mehrabian (1972) o Pease (1987, 2010), predomina más la información gestual sobre la verbal. Si nuestros gestos transmiten lo contrario de lo que decimos, el objetivo de nuestra comunicación no solo puede debilitarse o entorpecerse, sino incluso

anularse. Resulta determinante la emisión consciente del lenguaje gestual, ya que los gestos son “indicadores del estado de ánimo, convierte los mensajes gestuales en un lenguaje efectivo, que tiene gran influencia en la percepción de la coherencia del discurso” (Ussa, 2013, p. 90). Son varios los autores que han señalado que el lenguaje corporal y gestual prevalecen sobre las palabras mismas (Pease, 1987; Mehrabian, 1972). Mehrabian cuantifica en un 35% el componente verbal; un 65% que adjudica a la parte corporal y gestual; un 38% a la voz (entonación, ritmo, etc.), concediendo siempre mayor peso a la dimensión no verbal y paralingüística que a la verbal.

Lejos de aventurarnos a cuantificar este tipo de porcentajes, que en el caso del estudio de Mehrabian (1972) corresponden a un grupo limitado y concreto de individuos, sí creemos firmemente que la parte no verbal del lenguaje es un elemento esencial y que nuestras intervenciones serán efectivas si todos los componentes —lingüísticos, paralingüísticos, kinésicos, proxémicos, etc.— están coherentemente articulados. Recordemos que, en una determinada situación, entendemos los mensajes que nos envían personas cercanas, conocidas, sin necesidad de intercambiar ni una sola palabra y esto es debido, especialmente, a que nuestra gestualidad emite signos con valor comunicativo.

El gesto no es algo decorativo en la comunicación (Guañella & Santi, 1998), sino una parte esencial. Tal como indica Goleman (1995) “enviamos señales emocionales en cada encuentro, y esas señales afectan a aquellas personas con las que (nos relacionamos) estamos. Cuanto más hábiles somos socialmente, mejor controlamos las señales que emitimos” (p. 143). Lo determinante para una comunicación integral es que no exista contradicción entre lo dicho —las palabras, la parte verbal del discurso— y lo expresado en el discurso gestual y postural, pues deben combinarse “signos de tres sistemas: lingüísticos, paralingüísticos y kinésicos, en cuyo sentido inciden, a su vez, aspectos básicos culturales, proxémicos y cronémicos.” (Cestero Mancera, 2018, p. 71).

Lo anterior, conocido como la triple estructura básica de la comunicación (Poyatos 1994), invita a pensar que un gesto aislado no tiene una significación relevante, lo mismo que una palabra o un sintagma sin contexto no adquieren sentido, pero es evidente que los rostros comunican, tal y como apunta Cestero Mancera (2018) y la parte no verbal de nuestra comunicación “cumple diversas funciones, en concreto, facilitar el entendimiento del mensaje, captar la atención, estructurar el discurso o la interacción y, especialmente, expresar emociones, actitudes y estados psicológicos” (p. 71). Por su parte, Pease (2010) añade que la comunicación es un proceso que atribuye significado a las señales que transmite una persona, entendiendo por señales el conjunto de elementos que aparecen en esa relación comunicativa, tanto los lingüísticos como los no lingüísticos. Fornés y Rodríguez-Escalona (2008) señalan una estructura triple: lenguaje-paralenguaje-kinésica. Es decir, lo que decimos —la parte verbal del discurso—; cómo lo decimos —paralenguaje: tono, ritmo, entonación,

etc. — y cómo nos expresamos o comunicamos mediante el cuerpo y el gesto. Nuestra comunicación integra todos estos elementos, y los interlocutores-receptores los procesan simultáneamente, interpretando al mismo tiempo el tono, el timbre y el volumen de la voz hasta la actitud corporal como la postura, la orientación visual y los gestos.

En este sentido, Ussa (2013) establece las categorías básicas que exponemos en la Tabla 1:

Tabla 1. Categorías y subcategorías

Categoría	Subcategoría
Proxemia	Cultura de lejanía y distancia Acercamiento y proximidad
Lenguaje corporal	Tenso Relajado Ninguno
Contacto visual	Interlocutor Distante Ausente
Expresión facial y gestual	Alegría Tristeza Angustia Seriedad Neutral Indiferente

Fuente: Categorización basada en Ussa (2013).

Aunque se trata de categorías y subcategorías básicas, estas nos permiten organizar el análisis. Evidentemente, la expresión facial constituye la más compleja porque fisiológicamente somos capaces de articular múltiples gestos que trasladan la parte más emocional de los mensajes: sorpresa, miedo, indiferencia, desprecio, ira, alegría, tristeza, etc. Por eso “la semiótica se interesa por el rostro en sus procesos de significación y comunicación, en sus signos y sus extensas capacidades articulatorias, en sus textos y contextos” (Finol & Finol, 2021, p.13). Estos autores hablan de la rostrosfera, refiriéndose al estudio de las expresiones faciales, ya que el rostro puede manifestar una amplia gama de variaciones pues concentra un número considerable de músculos que lo convierten en la parte más interesante por su capacidad de modulación. Finol y Finol (2021) establecen el inventario morfosignico de la rostrosfera tal y como sigue: ojos (pestañas, cejas); boca (labios, dientes); nariz (huso nasal, narinas); mejillas y pómulos; frente; mentón (reducido, cuadrado, bajo, proyectado, etc.); orejas; piel (arrugas, color, marcas de expresión, etc.); pelos

(cabello, cejas, pestañas, bigote, etc.). Conscientes de que cada rostro es único, representa nuestra identidad y es la “manifestación ontológica de lo que somos” (Finol & Finol, 2021, p. 18). Añaden a lo anterior cuatro dispositivos semióticos que los modulan:

- 1) Movimiento facial:
 - Velocidad: lenta, rápida, pausada, etc.
 - Tiempo: repetitivo, alternativo, etc.
 - Dirección: arriba, abajo, lateral, circular.
 - Durabilidad: corta, larga, continua, discontinua.
- 2) Decoración: aretes, labios pintados, perfumes, etc.
- 3) Combinación: construcción de una sintaxis facial que combina elementos: ojos+boca, ojos+nariz, mejillas+boca, etc.
- 4) Presencia/Ausencia

De ese modo señalan el poder semiótico del rostro, capaz de comunicar intensamente, sin necesidad de combinarlo con los signos lingüísticos, aunque generalmente trabajen de manera simultánea. A lo anterior añadimos la clasificación de los gestos apuntada por Calvo, García y Pérez (2013):

- *Emblemáticos*: con un significado claro en una comunidad cultural. El dedo hacia arriba o hacia abajo es un gesto inequívoco de que el asunto va bien o mal.
- *Ilustrativos*: son gestos que como su nombre indica ilustran, aclaran, fijan una idea.
- *Emotivos*: revelan el estado de ánimo de quien los usa. Tristeza o alegría, ira, etc. En la interacción a través de *WhatsApp* por ejemplo, serían los emoticones de caritas que añadimos a un mensaje.
- *Reguladores*: fundamentalmente centrados en regular las intervenciones, levantar la mano para manifestar que quiero intervenir en clase o en un coloquio, por ejemplo.
- *Adaptativos*: suelen ser gestos que pretenden disimular en la mayoría de los casos. Por ejemplo, ponemos una media sonrisa para rebajar la tensión en una reunión.

En esta línea, Cestero Mancera (2018) propone las variantes que expone-mos más abajo, si bien no especifica cada uno de ellas y no quedan claras la diferencias entre las subcategorías de los indicadores faciales:

A. Sonrisa

B. Mirada

C. Marcadores e indicadores faciales:

- *Asemánticos*: elevar la ceja, parpadeo, elevación de la comisura de la boca.
- *Semánticos*: parpadeo, arrugamiento de nariz, lengua.
- *Gestos faciales independientes*: parpadeo, estiramiento horizontal de comisuras de boca, lengua por los labios.

Además de las clasificaciones que podemos establecer sobre los gestos, debemos destacar que cumplen funciones, como puede ser anticipar, enfatizar, ampliar o reforzar la información, ser redundante y también confundir, contradecir, refutar, negar, etc. En definitiva, la comunicación gestual es central, sin olvidar como factor determinante el contexto donde se ubican dichos actos comunicativos.

2.1. El contexto

El contexto es un factor determinante para dotar de sentido a un discurso. El sentido trasciende el significado o la suma de significados, ya que es la suma de la significación con sus diferentes acepciones, nociones, percepciones, actualizaciones, alcances y tendencias y un largo etcétera. Son muchos los autores que han abordado el tema del contexto (Coseriu 1990; Halliday 1978; Hymes 1971; Lyons 1981), considerándolo fundamental para la producción de sentido en un acto de comunicación. Así lo consideran, por ejemplo, la línea del análisis crítico del discurso (ACD) abordada por Wodak y Meyer (2003), Wodak (2015) y van Dijk (2008, 2016).

El discurso —considerando discurso el conjunto de elementos totales que intervienen en un acto de comunicación— tan solo se puede entender e interpretar dentro de su contexto. Son las condiciones —y dentro de condiciones estamos considerando los elementos que influyen en la comunicación tanto naturales como sociales, culturales, geográficos o espaciales, políticos, representativos— que rodean ese acto de comunicación, junto con los roles de los participantes, lo que determina finalmente lo que se transmite y comunica. También las representaciones faciales adquieren su sentido en un contexto: contexto situacional (lugar, tiempo y circunstancias de la comunicación); contexto sociohistórico; contexto interno, en la relación de la gestualidad con todo el cuerpo y la persona y, finalmente el co-texto o relación de cada gesto con el rostro, donde los movimientos faciales establecen relación unos con otros. Las palabras y los gestos, emitidos por diferentes personas y en contextos distintos, adquieren sentidos diversos. El quién, con qué intención, dónde lo hace, en qué circunstancias y situación sociocultural, histórica, política resultará definitivo, junto a la relación entre los interlocutores —como veremos más adelante en

el caso de la rueda de prensa del presidente Donald Trump y del presidente Volodímir Zelenski en el despacho oval de la Casa Blanca el 28 de febrero de 2025— donde todo esto quedará de manifiesto.

El contexto y las circunstancias determinan la adecuación comunicativa, considerando adecuado lo que corresponde a la situación, es decir, aquello que se considera conveniente y ajustado —qué gestos, qué postura, qué tono o qué palabras son apropiadas para esa situación comunicativa, ese contexto social, cultural o político— en dicho intercambio comunicativo, qué tratamientos, cual es el grado de formalidad, en definitiva, adecuación textual, social y cultural. Señala van Dijk que la adecuación se corresponde con que se cumpla en cada situación comunicativa con las propiedades necesarias para conseguir la satisfacción comunicativa, considerando que “la satisfacción es que una persona haga algo y que el resultado y/o las consecuencias de ese resultado sean idénticas a las que el agente quería causar con su hacer” (2005, p. 60).

2.2. Proxemia

A cada contexto, situación o circunstancias del intercambio comunicativo, corresponde una distancia específica. En la proxemia o estudio de la distancia debemos tener presente nuevamente los elementos culturales, ya que existen culturas de proximidad y culturas de distancia, donde si el interlocutor se acerca en exceso o incluso llega a tocarnos se considera una invasión del espacio personal. En situaciones protocolarias o contextos políticos debemos considerar especialmente esta cuestión —los mediterráneos o los latinos en general pertenecen a las culturas de proximidad, mientras los orientales, asiáticos o norteamericanos suelen ser más distantes—, y tener muy presente la cultura de nuestro/s interlocutor/es para no invadir su espacio, para respetar sus normas y ser adecuados para conseguir la satisfacción comunicativa perseguida.

La cercanía puede ser positiva cuando los interlocutores pertenecen a culturas similares donde las distancias se consideran del mismo modo; mientras que la cercanía proxémica puede ser negativa si la situación de comunicación requiere más distancia y/o si los interlocutores pertenecen a culturas de lejanía y distancia (Ussa, 2013). No podemos saludar con exceso de cercanía e incluso contacto personal (beso, abrazo, etc.) a personas de culturas donde se evita el contacto físico, por ejemplo. Hay distancias aconsejables para las diferentes situaciones de comunicación —íntima, personal, interpersonal, social o pública— que deben considerarse teniendo presente las distancias culturales de los participantes en dicha comunicación.

En nuestra cultura occidental, el contacto visual con el interlocutor parece necesario, ya que indica atención y escucha activa, y la ausencia de este contacto puede interpretarse negativamente, connotando indiferencia, desatención o desprecio. En otras culturas como “la cultura ‘U’wa” no se mira al interlocutor; la mirada se muestra lejana, distante, ya que el hablante se dirige a un ser

superior” (Ussa, 2013, p. 100) que no está presente y podemos malinterpretar los gestos o posturas del otro por desconocimiento. El desconocimiento de estas normas culturales puede llevar a malinterpretar gestos y posturas, conllevando malentendidos y reduciendo las posibilidades de éxito comunicativo.

Diversos autores han tratado sobre las distancias, pero consideramos suficiente señalar la que propone López Viera (2015) que nos ayuda a establecer las siguientes categorías: distancia mínima-íntima: 20-60 cm.; personal: 60-90 cm.; social: 150-200 cm. y pública: 400-800 cm.

En definitiva, el análisis de un intercambio comunicativo es un proceso complejo en el que intervienen múltiples factores. No solo el lenguaje verbal y no verbal, la distancia y roles de quienes intervienen, sino también el contexto y circunstancias —políticas, espaciotemporales, situacionales, históricas, culturales, socioculturales, etc.—que resultan determinantes. La puesta en escena entre los interlocutores debe trabajarse de manera integral para que nuestro acto de comunicación sea adecuado y consiga sus objetivos.

Nos proponemos a continuación, teniendo presente la dificultad de abordar un análisis tan complejo, aproximarnos al estudio de los elementos no verbales en el corpus analizado.

3. EL LENGUAJE GESTUAL DEL PRESIDENTE ZELENSKI

Aunque las publicaciones sobre la comunicación no verbal no son muchos o, como afirma Cestero Mancera (2018), se encuentran aún en una fase intermedia de desarrollo, nos aproximamos en este artículo al análisis de las manifestaciones no verbales en las intervenciones del presidente Zelenski. Consideramos que el presente trabajo es tan solo una aproximación inicial a la investigación sobre los elementos kinésicos. Seguimos la clasificación básica propuesta por Ussa (2013), a la que hemos añadido la propuesta sobre la ros-trosfera de Finol y Finol (2021).

Nos planteamos un estudio de caso (case study) que analizaremos mediante la observación y siguiendo los pasos clásicos: selección del objeto de estudio y corpus; recogida del material; análisis del corpus y presentación de resultados.

El actual presidente de Ucrania, Volodímir Zelenski, antes de dedicarse a la política era actor y ya era muy conocido en su país por ser el protagonista de la serie de televisión *Servidor del pueblo*, en la que interpretaba el papel de presidente. La serie contó con tres temporadas y cincuenta y un capítulos, y más tarde contribuyó a impulsar su candidatura política. En 2019, Zelenski derrotó a Petro Poroshenko, entonces presidente de Ucrania y candidato a la reelección, con un partido que tomó el nombre de la serie.

Su preparación como actor ha facilitado sus intervenciones en los medios, al estar acostumbrado a la exposición mediática, a los focos y a la cámara. No es el primer caso. Recordemos al 40º presidente de los EE.UU., Ronald Reagan,

quien trabajó como comentarista de radio, y después en televisión y en el cine. Son muchos los comentarios que se han escrito sobre el dominio del lenguaje no verbal del presidente Reagan, así como de su gestión sobre la escena y ante la cámara, precisamente por sus dotes como actor, que le facilitaron sus intervenciones públicas. En este sentido, González (2022) señala que

un actor y guionista con experiencia sabe que donde hay dolor algo importante está en juego. En las difíciles tribulaciones el héroe de la película es capaz de demostrar que el auténtico mal no es el dolor, sino el miedo a padecerlo. El gran reto era movilizar y sostener la voluntad de combatir de los ucranianos frente a una fuerza militar muy superior: sostener la esperanza imponía una función en la escena internacional, donde cierto público estaba predispuesto al aplauso fácil. No se puede desear nada de forma eficaz si psicológicamente tenemos la sensación de ser incapaces de alcanzar lo que deseamos. Por ello, tan importante como la interpretación del papel en casa era la interpretación del papel fuera de casa. (s/p)¹

3.1. Corpus, objetivos y metodología

Desde el inicio de la invasión de Ucrania (24/02/2022), el presidente Volodimir Zelenski ha tenido una intensa actividad, lo que le ha permitido conseguir apoyos políticos, económicos y logísticos de otros países. En un trabajo anterior (Peña-Jiménez, 2025) sobre los discursos en los parlamentos extranjeros, hemos abordado el análisis de la dimensión discursiva de Zelenski en los diferentes parlamentos, en el que señalamos cómo la apelación emotiva constituía un *modus operandi* permanente en sus alocuciones. Utiliza citas históricamente conocidas para ganar la adhesión del auditorio. Cita a Shakespeare en su videoconferencia de intervención en el Parlamento británico “Ser o no ser, ese es el dilema” (8/03/2022) a lo que él mismo se responde con un rotundo “ser”, recurso que repite en sus participaciones sucesivas.

Nos aproximamos ahora, en este estudio, al análisis del lenguaje no verbal y de la puesta en escena de sus intervenciones. El corpus revisado y visionado de sus intervenciones contempla dos partes: 1) las intervenciones en los distintos parlamentos, como el Parlamento europeo, Reino Unido, Canadá, Cámara de EE.UU., Alemania, Israel, Italia, España, etc. y que tuvieron lugar durante los primeros meses tras la invasión, y 2) para completar el estudio y actualizarlo, hemos añadido la observación de intervenciones más recientes (febrero de 2025), a raíz de la llegada de Trump a la presidencia de Estados Unidos. Completamos así el análisis con la intervención en la rueda de prensa conjunta entre el presidente Trump y Zelenski en el despacho oval de la Casa Blanca el 28 de febrero de 2025 y que tuvo gran repercusión mediática.

¹ Véase: <https://ceep.mil.pe/2022/05/26/es-volodimir-zelenski-el-heroe-necesario-o-no/>

- Objetivo:

Analizar el estilo de comunicación no verbal de Zelenski en sus intervenciones, comparando las primeras intervenciones en los parlamentos extranjeros con la comparecencia en el despacho oval de la Casa Blanca el 28 de febrero de 2025, pues partimos de la idea de que un contexto diferente conlleva diferencias en la gestualidad. Y nos preguntamos, ¿en qué medida el contexto, la situación comunicativa y el interlocutor/es determinan no solo las palabras, sino también el lenguaje gestual y corporal?

- Metodología:

La metodología empleada será cualitativa y seguiremos las clasificaciones propuestas por Ussa (2013) y por Finol y Finol (2021). Hemos llevado a cabo la revisión y visionado del corpus de análisis correspondiente a las intervenciones señaladas más arriba, teniendo en cuenta los elementos que contribuyen a la puesta en escena integral. Para las intervenciones en los parlamentos realizamos una búsqueda en el sitio web oficial de la Presidencia de la República de Ucrania (Official web site of the President of Ucrania)². Para el visionado de la rueda de prensa en la Casa Blanca hemos seguido la retransmisión en directo del periódico español ABC y después, para una revisión exhaustiva, la conversación completa en YouTube³.

Siguiendo la categorización de Ussa (2013) expuesta en la Tabla 1, centramos nuestro análisis en las siguientes categorías:

- Proxemia
- *Lenguaje corporal*: movimiento corporal y postura, incluidas las manos
- *Contacto visual o conducta visual*.
- *Expresión facial y gestual*. En este punto añadimos la clasificación de Finol y Finol (2021) sobre rostrosfera.
- *Contexto* (no está en estas clasificaciones, pero lo consideramos determinante, de ahí que se añada).

4. ANÁLISIS Y RESULTADO

Todo acto de comunicación oral conlleva elementos lingüísticos, paralingüísticos y “no verbales que se coestructuran y combinan con los verbales para transmitir información de distinto tipo (referencial y no referencial) o para regular el discurso y la interacción” (Cestero Mancera, 2018, p. 72).

El tener que posicionar el mensaje de manera efectiva en un tiempo limitado

² Véase: <https://www.president.gov.ua/en/subscribe>

³ Véase: <https://www.youtube.com/watch?v=xjvbpW0uIYQ>

durante sus intervenciones remotas ante los distintos parlamentos, dificulta la relajación del presidente de Ucrania, sometido a una situación de estrés por la guerra, pero donde no debe manifestar en ningún momento ira alguna.

Siguiendo la categorización de Ussa expuesta en la Tabla 1, ordenamos nuestro análisis en las categorías señaladas y así presentamos 4.1. Proxemia; 4.2. Lenguaje corporal y postura; 4.3. Conducta visual y 4.4. Expresión facial y gestual. A las cuatro anteriores que siguen la categorización de Ussa, añadimos: 4.5. Indumentaria y escenario; y, 4.6. Contexto, que consideramos determinante, tal y como hemos apuntado más arriba en el apartado 2.1.

4.1. Proxemia

La distancia es uno de los elementos que se estudian en los procesos de mediación (López Viera, 2015). Es un elemento clave de comunicación. Nos acercamos al otro para buscar la complicidad o el apoyo y nos solemos alejar de nuestro/s interlocutor/es para marcar las distancias. Señala la autora (López Viera, 2015) que las distancias suelen establecerse, más o menos, con las siguientes medidas: mínima de 20-60 cm; personal de 60-90 cm; social de 150-200 cm y pública de 400-800 cm, si bien debe atenderse a los factores culturales, ya que en las comunidades latinas tendemos a la proximidad, mientras que en las culturas orientales se amplían las distancias.

Aunque la mayoría de las intervenciones analizadas se llevan a cabo en remoto, la decisión de los planos determina esa distancia. En las intervenciones a distancia Volodímir Zelenski aparece siempre sentado detrás de la mesa (presidencial) y con un plano corto, lo que se traduce en una distancia de proximidad y cercanía, que vendría a ser la distancia interpersonal (60-90 cm.) y en ningún caso corresponde a una distancia pública. El presidente de Ucrania se sienta frente a su auditorio —los parlamentos— buscando una mayor cercanía (Imagen 1).

Imagen 1. Intervención de Zelenski en el Parlamento español



Fuente: YouTube - <https://www.youtube.com/watch?v=AJ2vdJ3yC1M>

4.2. Lenguaje corporal: movimiento corporal y postura

El lenguaje corporal de Zelenski se ajusta a la situación de comunicación que enfrenta, tal y como afirma Martín Ovejero (2022) “sabe qué comunicar, cómo hacerlo, cuándo y a quien”, consiguiendo entrar en nuestras casas a través de los medios: “Podría haber hecho una grabación para emitir a todo el mundo y, no, se dirige expresamente a cada destinatario” (s/p)⁴.

Si la postura es importante, también consideramos fundamental la posición de las manos. En numerosas ocasiones, Zelenski las mantiene entrelazadas, gesto que busca transmitir seguridad y confianza. Sus movimientos son contenidos: al estar sentado y con los brazos apoyados sobre la mesa, limita de forma natural la gesticulación.

4.3. Contacto visual o conducta visual

Durante sus intervenciones ante los parlamentos, el presidente mantiene un contacto visual constante, procurando una comunicación fluida y directa. Aunque cabe suponer que lee el teleprónter, demuestra profesionalismo al controlar la mirada y sostener ese contacto comunicativo. En la mayoría de estas intervenciones —la mayoría de ellas en remoto— mantiene la conexión visual, aunque sea a través de la cámara. Su parpadeo es regular; en ningún caso se observa el parpadeo rápido que suele denotar agitación o nerviosismo. Tampoco presenta una mirada baja o esquiva; por el contrario, se muestra plenamente consciente de la importancia del contacto visual como signo de atención, comunicación continua y búsqueda de la mirada de quienes lo escuchan a través de la pantalla. Ese plano corto, con la mirada seria pero atenta, refuerza la sensación de proximidad (Imagen 2).

Imagen 2. Intervención de Zelenski en el Parlamento español



Fuente: Captura de la cadena española Cuatro.

⁴ Véase: https://www.cope.es/actualidad/espana/noticias/lenguaje-verbal-zelenski-eficacia-sus-gestos-cargados-emociones-20220405_2010928

4.4. Expresión facial y gestual

La categorización planteada por Ussa (2013) señala cómo la expresión gestual suele manifestar emociones —alegría, tristeza, angustia, seriedad—, o presentarse de manera neutral e indiferencia. A partir de lo expuesto por esta autora y relacionando la expresión gestual con la manifestación emocional, observamos que el presidente de Ucrania no sonríe, tal como corresponde a un contexto tan dramático como el que atraviesa su país. Siguiendo la clasificación de los gestos planteada por Calvo, García y Pérez (2013), vemos que utiliza sobre todo gestos ilustrativos para fijar las ideas, y gestos emotivos que manifiestan el estado de ánimo.

Domina los gestos de manera contenida. En algunos casos si se observa la mandíbula rígida como señal de tensión. No se permite la relajación de su gestualidad. Casi siempre Zelenski presenta un rostro serio, incluso muy serio, donde asoma la tristeza, tal y como corresponde a la situación comunicativa y es coherente con el contexto de invasión y guerra a la que hace referencia en sus alocuciones. Sirvan de ejemplo las imágenes 3 y 4 donde podemos comprobar la postura y gestualidad que Zelenski ha presentado en la mayoría de sus intervenciones en los parlamentos extranjeros.

Imagen 3. Intervención de Zelenski en el Parlamento británico



Fuente: uy.press - <https://www.uypress.net/Internacionales/Zelenski-en-el-Parlamento-britanico-uc127007>

En ocasiones, como podemos observar en la imagen 3, el ceño aparece fruncido, lo que suele manifestar seriedad y/o enfado. Mientras que en la Imagen 4 observamos una expresión más relajada. En ningún caso aparece un parpadeo excesivo que indicaría inseguridad, estrés o cansancio. No observamos exageración o gestos fuera de lugar. Domina el espacio, la escena y su gestualidad es coherente con su discurso.

Imagen 4. Zelenski se dirige al Bundestag (el Parlamento alemán)



Fuente: *El País* - <https://elpais.com/internacional/2022-05-01/la-dificil-tarea-de-gobernar-ucrania-bajo-las-bombas-ya-descansaremos-despues.html>

Ahora bien, un caso diferente es la última intervención de Zelenski (28/02/2025) en la Casa Blanca.

El contexto ha cambiado y las circunstancias determinan la comunicación. En aquellas intervenciones de hace tres años, Zelenski buscaba el apoyo político, económico y logístico de los diferentes parlamentos, mientras que, el 28 de febrero de 2025, acudió a la Casa Blanca para mantener una reunión al más alto nivel y firmar un acuerdo que condujera a la paz, incluso cediendo sobre las tierras raras del territorio ucraniano. En este encuentro, ya en los primeros minutos quien más habla y más gesticula es el presidente estadounidense, mientras que en el rostro de Zelenski se observan gestos de resignación. Sus manos entrelazadas aparecen apretadas y tensas, las frota, las cruza y aprieta hasta incluso ver blancos los nudillos. Utiliza sus manos para contenerse, medir y ajustar su lenguaje no verbal. Sus gestos y movimientos manuales reflejan paulatinamente su desacuerdo con las intervenciones de Trump, como puede observarse en las capturas del directo de la rueda de prensa en el despacho oval de la Casa Blanca (Imágenes 6 y 7). En este encuentro, Zelenski usa sus manos como apoyo de sus palabras, como soporte para controlar su tensión, e incluso, en los minutos finales, cruza los brazos, cerrando esa comunicación. El ceño, la mandíbula, la frente y la mirada anticipan y comunican su tensión. Aparecen gestos ilustrativos y emotivos que fijan el mensaje, junto con movimientos reguladores de sus manos, así como gestos adaptativos destinados a disimular y gestionar la presión de la situación.

Cabe destacar que la intervención en el despacho oval no es un discurso medido como los de los primeros meses ante los parlamentos. Se trata de una rueda de prensa en directo, donde no se puede llevar un texto escrito ni ensayar

todos los gestos. Es un diálogo, y la gestualidad responde también a la interacción con el interlocutor.

La postura inicial de manos y cuerpo es bastante similar entre ambos presidentes; no obstante, al final de la rueda de prensa, observamos a Zelenski con los brazos cerrados (Imagen 5).

Imagen 5. Zelenski en la Casa Blanca



La CONVERSACIÓN COMPLETA SUBTITULADA en CASTELLANO de TRUMP y ZELENSKY en la CASA BLANCA



Fuente: Capturas de la emisión en directo (28/02/2025)

En esta rueda de prensa la gestualidad de Zelenski, aunque medida, es mucho más variada con respecto a las intervenciones en los parlamentos. Su ceño se ha fruncido en varias ocasiones y ha interrumpido, negando con su cabeza, al presidente Trump. Tal y como hemos podido observar en directo y tras nuevos visionados de la rueda de prensa, la tensión/presión de la reunión se anticipa en los gestos —función de anticipación de la gestualidad— y el lenguaje postural del presidente ucraniano se va tensando y, aunque intenta contenerse, finalmente su cuerpo y su rostro manifiestan el desacuerdo.

Imagen 6. Rueda de prensa en el despacho oval de la casa Blanca



Reunión de Trump y Zelenski en la Casa Blanca, en directo: acuerdo sobre recursos minerales y última hora hoy. #ABC



Reunión de Trump y Zelenski en la Casa Blanca, en directo: acuerdo sobre recursos minerales y última hora hoy. #ABC



Reunión de Trump y Zelenski en la Casa Blanca, en directo: acuerdo sobre recursos minerales y última hora hoy. #ABC



Reunión de Trump y Zelenski en la Casa Blanca, en directo: acuerdo sobre recursos minerales y última hora hoy. #ABC

Fuente: Emisión en directo, periódico español ABC - Captura de imágenes de la rueda de prensa en la Casa Blanca (28/02/2025) - <https://www.youtube.com/watch?v=xjvbpW0uIYQ>

En la imagen 7, publicada en el periódico español El Mundo, tras terminar-se la rueda de prensa, observamos una de las imágenes del final del encuentro, donde Zelenski habla de su país llevándose la mano al cuerpo, mientras el presidente americano le está increpando.

Imagen 7. Portada del periódico español *El Mundo* el 28/02/2025 tras la rueda de prensa

Fuente: *El Mundo* (captura del 28/02/2025).

4.5. Indumentaria y escenario

Añadimos a las categorías expuestas por Ussa (2013), el tema de la indumentaria y la puesta en escena, ya que resultan de interés en este tipo de intervenciones y aportan significado. Zelenski comparece, cuando lo hace de manera remota, desde un despacho de apariencia presidencial que no siempre es el mismo, por razones de seguridad. En algunos casos, incluso, la apariencia es la de un espacio sobrio y seguro. Estos espacios son totalmente opuestos a los ostentosos escenarios que en las mismas fechas ofrece el presidente de Rusia.

En todos los casos, el presidente de Ucrania se presenta con indumentaria militar, que no abandona tampoco cuando se desplaza a otros países para intervenir de manera presencial. Desde el inicio de la invasión rusa —24 de febrero del 2022— Zelenski adoptó la vestimenta militar básica y aún no se lo ha quitado, con lo que pretende trasladar un mensaje de cercanía con las tropas de su país. Es lo que llamamos un gesto de sentido de pertenencia, al igual que en determinadas compañías se utiliza un uniforme que identifica y que unifica. No es un presidente con traje y corbata, como suelen vestirse los otros presidentes. Se viste con la indumentaria de quien combate, aunque sus armas sean comunicacionales. ¿Qué símbolo, cuál es el significado que pretende trasladar con este escenario? Posiblemente son dos las intenciones, ya sea a través de las pantallas o presencialmente, el mensaje es inequívoco: estoy junto a las tropas ucranianas que están peleando por defender Ucrania, soy uno más y mientras los soldados no paren su trabajo, tampoco yo cambiaré mi indumentaria. El verde militar

básico y sin galones, en camiseta en muchos casos, ha llevado al periodista Lou Dobbs⁵ (2022) a bautizarlo como “Churchill en camiseta”. Zelenski no es militar de carrera y no puede aparecer con galones, aunque tampoco es su intención. Prefiere el uniforme básico mucho más cercano a las tropas y a su pueblo. Junto a esa indumentaria militar básica, siempre aparecen los mismos elementos: la bandera ucraniana detrás del presidente. Sabemos que la bandera es uno de los símbolos más importantes de un país, ya que representa tanto al Estado como a todos sus ciudadanos. La misma indumentaria le acompaña en su visita del 28 de febrero a la Casa Blanca. No se ha quitado su uniforme de campaña y así se ha sentado junto al presidente de EE.UU. en el despacho oval.

El presidente Trump, el 28 de febrero en la Casa Blanca, pregunta a Zelenski: ¿Tú no te pones traje? A lo que el presidente de Ucrania responde: Me pondré traje cuando en mi país no haya guerra. El discurso también es estética y la estética también comunica. Decía Capriotti que “todo comunica” (1999) en las organizaciones y los gobiernos también son organizaciones, donde todos los elementos de una puesta en escena comunican un mensaje. Esa es la intención de Zelenski: comunicar y conseguir su objetivo: apoyo y adhesión a su causa y para conseguirlo se estudian todos los elementos de la puesta en escena.

Iniciamos este análisis con un corpus centrado en las intervenciones del presidente de Ucrania en parlamentos extranjeros, al que hemos añadido su intervención en la Casa Blanca el 28/02/2025, y señalamos en la tabla 2 las principales conclusiones sobre estas comparecencias, donde se evidencia cómo el contexto influye y determina la comunicación.

La comparativa se establece entre estas distintas fechas —el inicio de la invasión, las intervenciones en los parlamentos y la comparecencia en la rueda de prensa en el despacho oval en febrero de 2025—, al ser todas ellas comparecencias públicas y con repercusión mediática. Estos elementos comunes hacen coherente el corpus de análisis. No incluimos otras comparecencias anteriores al conflicto, ya que Zelenski no era en ese periodo un político de reconocimiento internacional.

5 Véase: <https://www.epe.es/es/internacional/20220318/camiseta-discurso-zelenski-13394373>

Tabla 2. Resumen de datos comparativos de las intervenciones de Zelenski

	Proxemia	Postura	Contacto visual	Expresión facial y gestual
Parlamentos europeos	En la mayoría de los casos virtual. Distancia con la cámara	Seguridad, confianza, manos entrelazadas	Permanente Mira a la cámara	No sonríe Serio o muy serio Tristeza A veces ceño fruncido Gestualidad contenida
Casa Blanca de Estados Unidos	Distancia corta, mínima: una butaca junto a otra. No es ni siquiera distancia personal (60-90 cm.)	Las manos van cambiando. Manos tensas. Gestualidad medida. Niega con la cabeza. Se cruza de brazos	La posición impide la mirada frontal con Trump. Hay más interlocutores y Zelenski los mira.	Gestos de resignación. Niega con la cabeza. Finalmente se cruza de brazos y se cierra.

Fuente: Elaboración propia.

4.6. Contexto

Apuntábamos en el punto 2.1. la importancia del contexto como elemento determinante en el sentido del discurso, más aún del discurso político que siempre debe considerarse teniendo presentes los elementos o contextos situacionales, geográficos y espaciales, sociohistóricos, culturales y como no políticos. Todos ellos determinan la adecuación comunicativa y dotan de sentido integral al acto comunicativo.

Hemos comprobado cómo los diferentes contextos —los parlamentos de diversos países y la Casa Blanca— deciden, disponen, delimitan y encuadran también los elementos no verbales de la comunicación y como la gestualidad de Zelenski adopta distintas posturas y gestualidades en cada uno de estos contextos situacionales.

5. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES

Iniciábamos este trabajo planteando una aproximación al análisis del lenguaje no verbal del presidente Zelenski y queremos recalcar nuevamente que se trata de una aproximación, ya que la gestualidad es un asunto complejo que requiere formación especializada y casi nunca está del todo comprendida, pues son muchos los elementos que entran en juego. En este sentido, afirmamos que nuestro análisis presenta limitaciones, entre ellas no haber analizado un corpus más amplio que pudiera ampliar el conocimiento gestual del presidente de Ucrania en otros contextos o el difícil estudio sobre las percepciones.

Dicho lo anterior, sí podemos decir que el discurso es un todo integral donde el sentido se construye mediante la suma de distintos elementos: la palabra o el logos, el pathos o el carácter del orador, los elementos paralingüísticos, así como la postura, la mirada y los gestos. A estos siempre habrán de sumarse los componentes situacionales y contextuales.

Cuando hablamos de elementos no verbales, debemos tener presente que la principal función de la parte gestual de nuestra comunicación es mantenerse

cohesionada y ajustada al objetivo perseguido, siendo además coherente con el discurso verbal. Si no existe coherencia, cooperación y coordinación entre unos elementos y otros, la parte no verbal de nuestro discurso, según afirman diversos autores (Mehrabian, Pease, y otros), tendrá mayor peso sobre el sentido del mensaje.

Un orador no tiene solo oyentes, tiene espectadores o telespectadores si hablamos de una comunicación en la distancia. No solo escuchamos las palabras dichas, sino que vemos y observamos a nuestro/s interlocutor/es, su postura, sus gestos, sus movimientos, el contacto visual, etc e inferimos el sentido del conjunto. Nuestra comunicación es la suma de todos esos elementos: desde los roles de los interlocutores, pasando por el discurso verbal y no verbal, la indumentaria y el escenario, y cada gesto que adquiere una relevancia particular.

Planteamos como objetivo el análisis del lenguaje no verbal de Zelenski a partir de la observación de diferentes situaciones y contextos y nos preguntamos en qué medida la situación, el contexto, las circunstancias junto al interlocutor determinan el modo de comunicación. La comparativa entre las primeras intervenciones (año 2022) y la correspondiente al 28/02/2025 en la Casa Blanca corrobora que las circunstancias, los contextos y el interlocutor también influyen y producen diferentes gestualidades. Ahora, tras el estudio, estamos en condiciones de afirmar que observamos apreciables diferencias. Las distintas circunstancias que rodean cada uno de estos actos de comunicación junto al contexto y los roles de quienes participan influyen, median y determinan un modelo de comunicación.

Resaltamos la diferencia en la gestualidad de Zelenski en sus intervenciones ante los parlamentos extranjeros y en la Casa Blanca (28/02/2025): en las primeras, aunque el contexto era muy complicado, no hubo interrupciones, la audiencia ofreció una escucha respetuosa y atenta, ya que se trataba de una intervención sin preguntas, sin conversación, sin interacción entre los participantes y donde el presidente del país receptor se limitaba a agradecer al presidente de Ucrania su intervención. Mientras que la situación y contexto que rodeó la rueda de prensa en el despacho oval (28/02/2025) fueron distintos: el presidente Trump se encontraba en su país, en su ámbito de poder, rodeado de sus colaboradores; el presidente Zelenski, aunque acudía acompañado, ocupaba la posición de invitado en casa ajena, consciente de su debilidad frente al presidente estadounidense. El propio Trump le dice “no tienes buenas cartas (...), no estás en una posición buena...”. El 28 de febrero los actores comparten espacio —el despacho oval— y tiempo —es una reunión presencial— se interrelacionan en una intervención en directo cara a cara (face to face). En esta ocasión percibimos que el lenguaje no verbal de Zelenski es muy distinto. Aunque al inicio las posturas de los dos presidentes eran similares, a medida que avanzaba la rueda de prensa observamos cómo aumentaban la presión corporal y el estrés del presidente de Ucrania: sus manos trasladan tensión, se

frota continuamente los nudillos, aprieta sus dedos, intentando controlarse; su mandíbula está tensa; su rostro manifiesta desconcierto y desacuerdo y la rigidez corporal va en aumento. En los minutos finales, cruza los brazos en un gesto de retracción; ya no muestra sus manos abiertas hacia el interlocutor, lo que suele indicar predisposición al diálogo y apertura comunicativa. Su postura y sus gestos cumplen con la función de anticipación que ejerce el lenguaje no verbal, adelantando la tirantez y la presión del momento.

Todo lo anterior vendría a corroborar la importancia de los elementos contextuales y situacionales en un acto de comunicación, más si es de carácter político. Reafirma también la importancia del rol de los participantes —quién es quién y qué representa—, así como qué elementos determinan la notoriedad, la visibilidad y la repercusión mediática. Se constata también cómo el lenguaje no verbal es muchas veces anticipador.

Queda verificada la importancia de la gestualidad, tanto cuando acompaña al discurso como mensaje redundante y reiterativo, como cuando actúa como signo anticipador, discordante o incoherente.

REFERENCIAS

- Bauer, N. M. & Carpinella, C. (2017). Visual information and candidate evaluations: The influence of feminine and masculine images on support for female candidates. *Political Research Quarterly*, 71, 395-407. <https://www.doi.org/10.1177/1065912917738579>
- Calvo, A.; García, I. & Pérez, R. (2013). Expresión corporal. Una práctica de intervención que permite encontrar un lenguaje propio mediante el estudio y la profundización del empleo del cuerpo. Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación, 23, 19-22. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4135190>
- Capriotti, P. (1999). Comunicación corporativa: Una estrategia de éxito a corto plazo. *Reporte C&D – Capacitación y Desarrollo*, 13, 30-33.
- Cestero Mancera, A. M. (2018). Recursos no verbales en comunicación persuasiva: gestos. *ZER*, 23(44), 69-92, <https://doi.org/10.1387/zer.18130>
- Coseriu, E. (1990). *Teoría del lenguaje y lingüística general*. Gredos
- De Santiago, J. (2005). *Principios de comunicación persuasiva*. Arco Libros.
- Dobbs, L. (2022). Es Churchill en camiseta. Zelenski abronca a los líderes mundiales desde su búnker de guerra. *El periódico de España*. <https://www.epe.es/es/internacional/20220318/camiseta-discurso-zelenski-13394373>
- Fernández-Hoya, G. & Cáceres Zapatero, M. D. (2022). La comunicación no verbal de Santiago Abascal, presidente de VOX. *Communication & Society*, 35(3), 51-71. <https://doi.org/10.15581/003.35.3.51-71>

- Finol, J. E. & Finol, D. E. (2021). La rostrosfera: mediatización entre lo analógico, lo real y lo digital. *deSignis*, HORS SERIE o1, 11-23. <https://www.designisfels.net/wp-content/uploads/2021/10/HORS-SERIE-01.pdf>
- Fornés, A. & Rodríguez-Escalona, M. (2008). *El porqué de nuestros gestos*. Bolsillo Octaedro.
- Gayol, S. (2024). La cara de Perón: emociones y polarización política en Argentina. *Mélanges de la Casa de Velazquez. Nouvelle serie*, 54(1), 351-358. https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/241652/CONICET_Digital_Nro.e29bd361-6906-40f0-9170-f37e7cdf5d54_B.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Goleman, D. (1995). *La Inteligencia emocional*. Panamericana Formas e Impresos.
- Gong, Z. H. & Bucy, E. K. (2016). When style obscures substance: Visual attention to display appropriateness in the 2012 presidential debates. *Communication Monographs*, 83, 349-372. <https://www.doi.org/10.1080/03637751.2015.1119868>
- González Martín, A. (2022). ¿Es Volodímir Zelenski el héroe necesario o no? *Centro de Estudios Estratégicos del Ejército del Perú*. <https://goo.su/uUVLNvq>
- Guaitella, I. & Santi, S. (1998). Les relations voco-gestuelles dans la communication interpersonnelle. Dans Santi, I., Guaitella, I. & Konopczynsky, G. P. (éditeurs), *Oralité et gestualité communication multimodale, interaction* (pp. 13-24). L'Harmattan.
- Halliday, M. A. K. (1978). *Language as social semiotic: The social interpretation of language and meaning*. Edward Arnold.
- Hymes, D. (1971). Competence and performance in linguistic theory. En Huxley, R. & Ingram, E. (eds.), *Acquisition of languages: Models and methods* (pp. 3-23). Academic Press.
- López Viera, L. (2015) La influencia del lenguaje no verbal en la mediación. *Revista de Mediación*, 8(2). https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/15892/5/Revista16_e6.pdf
- Lyons, J. (1981). *Lenguaje, significado y contexto*. Paidós Comunicación.
- Marrone, G. (2019). Fragmentos de un discurso político. *Intervenções críticas. Revistas de estudos semióticos*, 15(1) 1-17.
- Mehrabian, A. (1972). *Nonverbal Communication*. Walter de Gruyter.
- Pease, A. (1987). *El lenguaje del cuerpo*. Planeta Colombiana Editorial.
- Pease, A. (2010). *Comunicación no verbal. El lenguaje del cuerpo*. Amat.
- Peña-Jiménez, P. (2025) Discurso político en la era digital. Los discursos en los parlamentos extranjeros del presidente de Ucrania, Volodimir Zelenski. *Círculo de Lingüística aplicada a la Comunicación*, 104 (2025): 101-110. <https://dx.doi.org/10.5209/clac.96572>

- Poyatos, F. (1994). *La comunicación no verbal. Cultura, lenguaje y conversación*. Istmo.
- Ussa Álvarez, M. C. (2013). Semántica gestual y comunicación humana. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, 21, 89-102.
- van Dijk, T. (2005). *Estructuras y Funciones del Discurso*. Siglo XXI.
- van Dijk, T. (2008). *Discourse and context: a socio-cognitive approach*. Cambridge University Press.
- van Dijk, T. (2016). Análisis crítico del discurso. *Revista Austral de Ciencias Sociales* 30, 203-222. <http://revistas.uach.cl/pdf/racs/n30/art10.pdf>
- Wodak, R. & Meyer, M. (2003). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Gedisa.
- Wodak, R. (2015). *The Politics of Fear. What Right Wing Populist Discourses Mean*. SAGE.

* 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

Palma Peña-Jiménez Doctora en Comunicación política por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (España). Licenciada en Filología Hispánica y Máster *ELE* (Español Lengua Extranjera) por la Universidad de Salamanca (España). Coordinadora, grupo de investigación de alto rendimiento sobre Análisis del discurso y nuevas tecnologías de la información y la comunicación, Universidad Rey Juan Carlos. Directora, Máster universitario en Protocolo, comunicación institucional y organización integral de eventos, Universidad Rey Juan Carlos. Ha sido profesora invitada en la Universidade de Lisboa (Portugal), en la *Pontificia Università della Santa Croce* (Italia), en la Universidad San Ignacio de Loyola (Perú) y en la Pontificia Universidad Católica del Perú (Perú). Cuenta con numerosas publicaciones en revistas indexadas sobre análisis del discurso y comunicación política. Autora de numerosos capítulos de libros, directora de la obra *Los nuevos paradigmas en el análisis del discurso* (2025, Tirant Humanidades) y del manual *Aprender a Comunicar* (2018, editorial Universidad Oberta de Catalunya).

La profanación del rostro

Sobre políticas y espectáculo en contextos de exclusión urbana¹

The profanation of the face

On politics and spectacle in contexts of urban exclusion

A profanação do rosto

Sobre política e espetáculo em contextos de exclusão urbana

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4099>

► ELIANA ISABEL ABRAHAM

elianaabraham9012@gmail.com - San Luis - Universidad Nacional de San Luis, Argentina.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2274-7709>

CÓMO CITAR: Abraham, E. (2025). La profanación del rostro. Sobre políticas y espectáculo en contextos de exclusión urbana. *In Mediaciones de la Comunicación*, 20(2). <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4099>

Fecha de recepción: 27 de abril de 2025

Fecha de aceptación: 29 de octubre de 2025

RESUMEN

El artículo propone una serie de claves de lectura para analizar la instrumentalización del rostro en las formas de escenificación de determinadas políticas urbanas. En este sentido, nos enfocamos en la lógica espectacular que se construye alrededor de estas intervenciones, en las que los rostros de los beneficiarios adquieren un lugar singular dentro de las políticas analizadas en un barrio de la periferia de la ciudad de San Luis (Argentina). Siguiendo a Le Breton (2009), observamos cómo la captación de *lo sagrado* que luego es reproducida y multiplicada en formatos audiovisuales y gráficos, en beneficio de la montada *imagen de éxito* que el gobierno provincial busca proyectar. Este fenómeno invita a problematizar los usos del rostro en contextos de exclusión urbana, especialmente cuando se convierte en un elemento valorizado para sostener una “fe perceptual”

¹ Una versión preliminar de este trabajo fue publicada en la revista Acentos, entonaciones para interpretar el mundo (Abraham & Seveso, 2024).

en torno a la imagen de redención que el aparato estatal proyecta sobre los cuerpos empobrecidos de la periferia. Dichas claves de lectura nos remiten a viejos dilemas: en el régimen espectacular de la mirada, *lo digno incluye* la captura del rostro y se vuelve un objetivo estratégico, pues sobre él se juega la lógica del valor y la apropiación del último rastro de lo humano.

PALABRAS CLAVE: *rostro, políticas urbanas, dignificación, exclusión, espectáculo.*

ABSTRACT

This article proposes a series of interpretive keys for analyzing the instrumentalization of the face in the staging of certain urban policies. In this sense, we focus on the spectacular logic constructed around these interventions, in which the faces of the beneficiaries acquire a singular place within the policies analyzed in a neighborhood on the periphery of the city of San Luis (Argentina). Following Le Breton (2009), we observe how the capture of the sacred is then reproduced and multiplied in audiovisual and graphic formats, benefiting the constructed image of success that the provincial government seeks to project. This phenomenon invites us to problematize the uses of the face in contexts of urban exclusion, especially when it becomes a valued element for sustaining a "perceptual faith" surrounding the image of redemption that the state apparatus projects onto the impoverished bodies of the periphery. These keys to interpretation lead us back to old dilemmas: in the spectacular regime of the gaze, dignity includes capturing the face and becomes a strategic objective, since the logic of value and the appropriation of the last trace of humanity are played out on it.

KEYWORDS: *face, urban policies, dignity, exclusión, show*

RESUMO

Este artigo propõe uma série de chaves interpretativas para analisar a instrumentalização do rosto na encenação de certas políticas urbanas. Nesse sentido, focamos na lógica espetacular construída em torno dessas intervenções, na qual os rostos dos beneficiários adquirem um lugar singular dentro das políticas analisadas em um bairro da periferia da cidade de San Luis (Argentina). Seguindo Le Breton (2009), observamos como a apropriação do sagrado é então reproduzida e multiplicada em formatos audiovisuais e gráficos, beneficiando a imagem de sucesso construída que o governo provincial busca projetar. Esse fenômeno nos convida a problematizar os usos do rosto em contextos de exclusão urbana, especialmente quando ele se torna um elemento valorizado para sustentar uma "fé perceptiva" em torno da imagem de redenção que o aparato estatal projeta sobre os corpos empobrecidos da periferia. Essas chaves de interpretação nos levam de volta a antigos dilemas: no regime espetacular do olhar, a dignidade inclui capturar o rosto e se torna um objetivo estratégico, já que a lógica do valor e a apropriação do último vestígio de humanidade se desenrolam sobre ele.

PALAVRAS-CHAVE: *rostro, política urbana, dignidade, exclusão, mostrar*

1. LA PROFANACIÓN DEL ROSTRO

El rostro ha sido, históricamente, un lugar de construcción simbólica permanente: desde refugio de la identidad hasta locus de estrategias de criminalización y deshumanización del Otro. No existe ninguna otra parte del cuerpo tan señalada y sensible como aquella que nos configura singularmente como humanos en una sociedad saturada de imágenes-mercancía. Para Le Breton (2009), el rostro invoca emociones en quien lo mira, convirtiéndose en un lugar de emergencia y producción de sentidos. Así, por ejemplo, contemplar el rostro del ser amado despierta pasiones intensas que son experimentadas de manera placentera por quien ama o desea a ese otro. Sin embargo, también es susceptible de alteraciones y deformaciones que pueden generar rechazo, resaltando aspectos negativos que alimentan tipificaciones sociales que favorecen la expresión de actos de discriminación, racismo y violencia. En los marcos de copresencialidad de las interacciones, el rostro se presenta como una amalgama de representaciones subjetivas que inciden en la calibración de los vínculos interpersonales. Los miles de millares de músculos que se ponen en movimiento en la construcción de un rostro que “habla” a partir de su expresión conjunta. Se trata de una totalidad compleja que ha de ser descifrada por quien observa y devuelve a ese rostro un mensaje por medio de la mirada en clave de reconocimiento y a la vez de diferenciaciones mutuas. Pues, se trata de “una cifra, en el sentido hermético del término, una invitación a comprender el misterio que allí se encierra, a la vez tan próximo y tan impenetrable” (Le Breton, 2009, p. 143). Tal es la relevancia de esta parte del cuerpo en las relaciones interpersonales que constituye una matriz de significación fundamental para el desarrollo de nuestro mundo de la vida (Shutz & Luckmann, 1977). Los vínculos próximos y los rostros familiares, son reconocidos por nosotros dotándolos de sentido en encuadres complejos por donde discurre lo social. He aquí la carga simbólica que adquiere en el universo interaccional, donde unos y otros construyen a partir de sus rostros formas de identificación y desidentificación simultáneas.

A partir del avance de la técnica, el rostro ha sido lugar de múltiples operaciones estratégicas. La progresiva fragmentación del lazo social intensificado por la revolución tecnológica ha recortado al cuerpo otorgándole al rostro —en ese desgarrar— una focalización específica. Dicha autonomización ha provocado procesos de individualización graduales, que devinieron en la mercantilización de la vida. Precisamente, en el recorte del rostro es que emerge la posibilidad de su profanación. Según Le Breton (2009),

es el lugar por excelencia de lo sagrado en la relación del hombre consigo mismo y con los demás, es también objeto de las tentativas para profanarlo, ensuciarlo, destruirlo cuando se trata de eliminar al individuo, de negarle su singularidad. (p. 146)

Estas operaciones se encargan de reducir lo humano de ese Otro sometiendo a condiciones de animalidad a partir de tratos extorsivos y violentos que desdibujan su rostro, signo de su especie y reservorio de humanidad. En los escritos de Karl Marx (2015) encontramos dicha tensión, cuando describe las largas jornadas de trabajo fabril a las que son sometidos miles de obreros en los albores del avance industrial. La reducción del trabajador a máquina (cuerpo-máquina), incluso asume formas animales que traspasan las “limitaciones físicas” y los “límites morales”, reduciendo los cuerpos a un exceso de gasto energético que los corrompe hasta los bordes de su destrucción. Pues, el capital “chupa sin trabas” la energía de su fuerza de trabajo degenerando su forma humana, como bien recupera Marx de un informe elaborado por un médico inglés sobre los trabajadores de una cerámica de North Staffordshire: “Los alfareros, hombres y mujeres, representan como clase (...) una población física y moralmente degenerada. Son generalmente enanos, mal constituidos (...) envejecen prematuramente y viven poco tiempo; son flemáticos y anémicos, y muestran la debilidad de su constitución” (Marx, 2015, p. 171). Si bien Marx se refiere a esta degradación como un “saqueo” del capital de la energía vital del cuerpo, definimos esa captura como una profanación. Pues, existe no sólo una degeneración o desfiguramiento del cuerpo, sino su inserción en una lógica del valor (cuerpo-mercancía) como bien rentable. Si la instrumentalización del cuerpo a partir de la lógica del capital, subsume al hombre a condiciones de animalidad, ¿qué queda para el rostro como rastro de lo humano si sus cuerpos son deformados por la succión de su fuerza vital hasta límites extremos?

Aquí, la idea de profanación —antes que robo o saqueo— nos permite comprender la significancia del rostro como lugar de “lo sagrado”, reservorio de la humanidad del hombre. El Diccionario Etimológico de Jean Corominas (1987) define el rostro como una parte prominente de la faz humana, uno de los significados del término utilizado en el siglo XV. Dicha referencia es asociada directamente a sus vinculaciones con la palabra *human* en el sentido general (hombre-especie-naturaleza humana), que a principios del siglo XVI empieza a derivarse hacia el término *humane* que congrega aspectos ligados a cualidades específicas como la generosidad, la compasión y/o la amabilidad. Así, existe un término *humane* que estrecha sus lazos a otros conjuntos y familias de palabras como humanidad que posee un desarrollo diferente pero que constituye junto a *human/humane* una amalgama de sentidos intrincados (Williams, 2008). Aunque las ramificaciones y derivaciones de los términos adquieran con el tiempo diversos sentidos², observamos que el rostro está ligado no sólo a una

2 Raymond Williams (2009), en *Palabras clave*, un vocabulario de la cultura y la sociedad, refiere a algunos ejemplos que reactualizan el sentido de “lo humano”. Así, por ejemplo, el término *human* no sólo es utilizado para señalar sentidos generales, sino “para referirse a lo que podríamos llamar condonación de la falibilidad —“error humano”, “error natural humano”— (...) signifique únicamente que cierto hombre respetado era falible; también puede querer decir que estaba confundido o, en algunos usos, que incurrió en diversos actos de maldad, engaño y hasta delito” (p. 167).

noción general de human (naturaleza humana), sino que al mismo tiempo señala un “límite moral” por oposición a los significados del término especializado de humane como cualidades subjetivas del hombre. Pues, “no matar”, “no desfigurar” o “no dañar” constituyen lexemas que de manera implícita van encadenados a un sentido general de lo humane. “¿Cómo es posible golpear sin cólera a un hombre?”, pregunta Primo Levi (2002, p. 7) al describir los vejámenes de la Segunda Guerra Mundial, cuando miles de cuerpos son transportados en oscuros vagones de carga para el desplazamiento de mercancías: “comprimidos sin piedad, como mercancías en docenas, en un viaje hacia la nada, en un viaje hacia allá abajo, hacia el fondo” (p. 7).

La profanación del rostro, su eliminación, deformación y degradación a lo más bajo —hacia el fondo, decía Primo Levi (2002)— socava aquello que lo liga a una *communitas* de la especie (human/humane), reduciendo su imagen a un no-rostro y/o caricatura susceptible de estereotipos y estigmas sociales³. Su desciframiento queda nulo en tanto se refuerza un mensaje negativo que demanda su rechazo o aniquilamiento. De otro lado, y siguiendo a Le Breton (2009), dichos efectos inciden en la capacidad de acción social de los sujetos marcados, quienes se ven obligados a soportar “una carga negativa, su encuentro está mediado por un a priori que dificulta su proximidad” (p. 149). Por supuesto que dichos límites se van configurando culturalmente, cuando son normalizadas determinadas formas de comportamiento hacia esos cuerpos señalados/marcados por “fuera” de lo concebido como human.

Judith Butler (2006) señala la necesidad de reconocer la condición de vulnerabilidad del cuerpo en el marco de la cultura. Pues, venimos al mundo vulnerables —esto es, en interdependencia biológica/física de un otro— y, progresivamente a medida que crecemos, nos insertamos en una lógica de distribución diferencial de la vulnerabilidad corporal reforzada por las dinámicas cruentas del actual patrón de acumulación capitalista. Dicha vulnerabilidad resulta una condición primigenia del hombre, y que ha sido sistemáticamente invisibilizada por el perfeccionamiento de la técnica que ha tendido a invalidar y negar a determinados grupos sociales. Esto ha dado lugar a la valía de ciertas vidas por encima de otras, a una deshumanización del Otro que ocurre en el orden de lo discursivo, pero que también se expresa en formas concretas de violencia. Una violencia estructural marcada sobre determinados rostros por una distribución diferencial de la vulnerabilidad (Butler, 2006).

En el desarrollo de la técnica, la maquinaria de profanación se despliega hacia formas cada vez más sutiles, orientadas a la instrumentalización y deshumanización de los cuerpos. El perfeccionamiento de los sistemas modernos de representación y captación de “lo real” ha afinado los mecanismos de captura, encontrando en el rostro un punto privilegiado de focalización. No se trata

³ Es posible encontrar ejemplos de este tipo en el auge de la propaganda nazi y en la construcción de la imagen del judío caricaturizado en folletos y prensa del partido nacional-socialista durante la Segunda Guerra Mundial.

únicamente de que ciertos grupos sean vulnerables a violencias físicas y simbólicas, sino de que sus cuerpos pueden ser instrumentalizados por la lógica del capital, que extrae y mercantiliza su fuerza vital: saberes, prácticas y modos de vida. En este caso, es en la captura de sus rostros donde se refuerzan las condiciones de vulnerabilidad de los cuerpos en favor del capital, al ser expuestos y reproducidos en distintos formatos mediales.

Existe en las formas de mediatización de la vida contemporánea un ejercicio de violencia que vulnera a quienes se encuentran en los bordes de ⁴“lo humano” definido por los marcos dominantes de la cultura. Desde la mostración de prácticas violentas reproducidas en medios de comunicación y plataformas digitales que fomentan el ejercicio del poder al punto de espectacularizar aquellos cuerpos que son doblemente vulnerados frente a la cámara. Butler (2006), por ejemplo, recuerda la muerte de George Floyd, ciudadano afro estadounidense de Minneapolis (Estados Unidos), el cual fue asesinado en manos de un policía blanco. Dicha escena ha sido reproducida y vista en redes sociales por millones de personas en el mundo.

He aquí que ciertos sujetos y grupos son susceptibles de ser locus de sujeción y despliegue del poder político y económico. Estos ejercicios de la violencia se intensifican en las periferias y en los suburbios alejados de los centros urbanos, donde las condiciones de vulnerabilidad estructural se encuentran en permanente tensión frente a la fuerza represiva del Estado. Se trata de poblaciones postergadas, que habitan en contextos de espera y precariedad, en busca de formas más dignas de habitabilidad y reproducción de la vida. Sin embargo, cuando dichas condiciones son captadas para su reproducción por dispositivos y tecnologías urbanas en movimiento, la vulnerabilidad —en tanto rasgo primigenio— resulta doblemente violentada. Pues, muchas veces no se trata de formas de ejercicio de violencia explícita, sino de estrategias edulcoradas de visibilización, que capitalizan la vulnerabilidad transformándola en imagen-mercancía. Convertida en “imagen-pública” esta vulnerabilidad se exhibe y circula dentro de un entramado de relaciones mediatizadas, reforzado por la técnica en el marco de una creciente espectacularización de la vida. El rostro vulnerable (del pobre, del refugiado/inmigrante, de la mujer golpeada, etc) pasa a ser parte del espectáculo de la mirada cuando es mostrado y reproducido. Es decir, mediatizado. A propósito, resulta pertinente recuperar el origen histórico en torno al término mediatización que Virilio ha rastreado como una estrategia de guerra utilizada por Napoleón Bonaparte I para controlar la expansión de su imperio: “el emperador Napoleón I mediatizaba, al capricho de sus conquistas militares, a algunos príncipes hereditarios, privándolos de sus capacidades de acción y decisión” (p. 16)⁵. Ser/estar mediatizado significaba

⁴ Entendemos dicho sentido desde la etimología de la palabra anteriormente descrita.

⁵ A partir del Tratado de Campo Formio (1794-1815), Napoleón I anexó a Francia las tierras que componían al Sacro Imperio Romano Germánico, transfiriendo su soberanía al imperio napoleónico. Fernández (2014) retoma

“literalmente ser privado de los derechos inmediatos” (Virilio, 1993, p. 16).

Es posible entonces reconocer la existencia de un lazo oscuro y solidario entre ser/convertirse en imagen a partir de distintas mediaciones especializadas, con aquello que es profanado/quitado a los sujetos en el mismo instante de ingresar a la lógica de intercambio/consumo espectacular. En aquella profanación no existe otra cosa que la negación de una vulnerabilidad originaria, como ya bien especificaron los estudios de Butler. Al convertir esa negación —un acto de sujeción violenta— en espectáculo, recrea en ello una afirmación simultánea: “la negación visible de la vida, una negación de la vida que ha llegado a ser visible” (Debord, 1995, s/p). Precisamente, ¿qué sucede cuando esa negación es mostrada como reconocimiento de los rostros vía producción de imágenes-mercancía?, y ¿Cómo es que llega a constituirse en parte del espectáculo de la expresión del poder sobre los cuerpos y los territorios?

Este trabajo propone un recorrido analítico por distintas expresiones en las que el rostro se configura como un locus privilegiado del ejercicio del poder político, en el marco de las formas de escenificación de una política urbana específica. La estructura expositivo-argumentativa se organiza en tres momentos analíticos, orientados a construir un escenario que describa y examine las operaciones realizadas sobre los rostros de vecinos y vecinas de un barrio periférico de la ciudad de San Luis (Argentina), en el contexto de acciones de integración socio-urbana. Tanto la conversión del rostro en imagen-mercancía como su mostración pública por parte de las autoridades gubernamentales permiten establecer coordenadas de lectura sobre los usos estratégicos del rostro en sociedades mediatizadas. Finalmente, el análisis se detiene en la imagen de ciudad proyectada por las transformaciones espaciales emprendidas en esta ciudad intermedia argentina, observando cómo las formas de escenificación de la política pública despliegan un repertorio amplio de imágenes orientadas a consolidar el régimen vigente de circulación y acumulación.

2. APROXIMACIONES METODOLÓGICAS

Este escrito apoya sus objetivos en una estrategia de base cualitativa a partir de la recuperación de la crítica ideológica en el análisis e interrogación de imágenes contemporáneas. Por ello, y siguiendo algunas claves de lectura analíticas presentes en el programa de investigación “Ideología, Prácticas Sociales y Conflicto” (IECET-UNC), revisamos la configuración de imágenes mediatizadas producidas por la política estatal dirigidas a la consolidación de un relato de éxito del Estado puntano. Dichas expresiones señalan encuadres particulares de la experiencia, en la medida que instancian formas de ver/sentir/pensar que

.....
a Levinstogne, quien recupera un sentido negativo del término de mediatización refiriendo a estos orígenes primigenios: “entre esta acepción y la impronta negativa que suele estar adosada a un término que, en sus usos contemporáneos, suele aplicarse para describir los trastornos que la primacía mediática provoca sobre el funcionamiento de las instituciones” (p. 192).

trascienden aquello que “aparece” como mera representación. Boito (2013) establece algunas pistas teóricas presentes en pensadores como Walter Benjamin (1994) a partir de la idea de “copia o reproducción” para señalar la interpelación de imágenes producidas por la técnica en la regulación del régimen de lo sensible. La era de la “reproductibilidad técnica” rompe con la experiencia aurática de la obra de arte como tiempo presente, único y singular, para dar lugar a nuevas configuraciones de lo perceptible en el marco del avance y desarrollo de dispositivos técnicos (fotografía, cine, etc.). La autora señala también los puentes de sentido en torno a esta concepción de “reproducción” benjaminiana, con los aportes de otro autor que consideramos clave en nuestras reflexiones. Así, por ejemplo, en Guy Debord (1995) la idea de imagen anclada en particulares formaciones sociales como las denominadas “sociedades del espectáculo”, cristaliza la expresión más radical de los modos de mercantilización de la vida moderna. La proliferación de “imágenes espectaculares” consagra la fuerza epidérmica de la técnica sobre la sensibilidad humana. En este sentido, dichas imágenes “tienen materialidad en tanto resultantes/tendencias de relaciones sociales que no operan “ante nuestros ojos”, sino que van constituyendo nuestra experiencia sensorial, corporal” (Boito, 2013, p. 183). Estas imágenes rebasan los “entornos tecnológicos” para ubicarse también en las tendencias urbanísticas que van recreando formas particulares de interacción entre las clases. De ahí el carácter materialista en el análisis de las imágenes desplegadas en el marco de sociedades mediatizadas. La imagen espectacular configura y modela relaciones sociales enmarcando experiencias específicas y concretas. Construye escenarios susceptibles de ser analizados desde la crítica ideológica como ejercicio de interrogación de las imágenes de nuestro presente. Por ello, retomamos estas pistas analíticas para la construcción de una metodología que piense en imágenes a partir desde/en los aportes teóricos mencionados. Precisamente, y contra el dictum contemporáneo de la circulación de imágenes-mercancía, el ejercicio reflexivo sobre las imágenes se vuelve un trabajo imperioso. Boito (2013) señala un interjuego para la interrogación de estas captaciones plásticas a partir de un doble movimiento que conjuga lo próximo-lo lejano como modo de aproximación a lo que vemos. Se trata de una disposición corporal del mirar que apunta al sesgo de lo ideológico devenido en imagen. Hacer preguntas a esas escenas que permitan comprenderla desde las tramas de conflicto, como en las matrices generativas que las atraviesan. Así, “lo ideológico no tendría que ver con aprender a mirar lo que no se ve sino cómo mirar en un régimen pornográfico de visibilidad lo que está ante nuestros ojos y no lo vemos” (Boito, 2013, p. 38). Reconstruir la historia de esas imágenes implica un trabajo de interrogación que se constituye como afrenta a la lógica naturalizadora y deshistorizante configurada por el régimen del capital. En nuestra indagación, pretendemos interrogar escenas mostradas por el aparato estatal puntano en relación a la ejecución de una política urbana específica ejecutada en un barrio

de la zona oeste de la ciudad de San Luis. Estas reflexiones se enmarcan en una investigación de largo alcance en el marco de una tesis de doctorado dirigida a la comprensión de las experiencias de (in)movilidad de estos pobladores en cruces con las intervenciones urbanas realizadas. En este trabajo nos encargamos de analizar las formas de escenificación en torno a las cualidades benéficas de la política de transformación espacial. Dicha política ancla particularmente sus estrategias en la producción de imágenes que instauran claves de lectura para repensar la construcción del espectáculo.

3. ILUMINADOS

“Todo estaba negro, y sin embargo resplandecía”.
Edgar Allan Poe (1871), *Narraciones extraordinarias*.

Los pobladores del Barrio República, situado en la zona oeste de la ciudad de San Luis, son ubicados en puntos estratégicos del espacio barrial por técnicos y camarógrafos profesionales contratados por la prensa oficial del gobierno. La selección de un lugar adecuado para la captura de las tomas fotográficas resulta de importancia para un buen aprovechamiento y dominio de la luz, así como el control del contexto ambiental, proclive a imprevistos y eventos fortuitos. Los pobladores no sonríen ante las cámaras que apuntan directamente sobre sus rostros ahora iluminados y escudriñados por la lente que los fija. Se puede observar en sus miradas cierta sensación de incomodidad y extrañeza. Para algunos de estos vecinos, se trata de la primera vez que se convierten en imagen plástica para otros. Extraña reconversión que llevaría algunos pocos minutos para capturar fragmentos de su precaria humanidad. La cámara dispara varias veces mientras sus cuerpos se mantienen erguidos e inmóviles. Es sabido que quedarse quietos corresponde a una directriz de los técnicos de la imagen que aprovechan el momento para la captura (Redacción ANSL, 2022a).

Tras unos minutos, la sesión de fotos concluye y los cuerpos se liberan de las constricciones impuestas por la cámara, que dicta sus propios modos y formas de mostración. La vida en el barrio recupera entonces su ritmo habitual, un ritmo atravesado por la constante postergación de bienes materiales y simbólicos. La falta de agua y de suministro eléctrico, junto con las dificultades de acceso al mercado laboral formal, refuerzan las condiciones estructurales de precariedad de las numerosas poblaciones asentadas en este sector de la periferia urbana. Los equipos técnicos se retiran llevando consigo, en sus dispositivos, los registros visuales de los rostros de quienes habitan los márgenes de una ciudad presentada como “en desarrollo” por agentes y funcionarios gubernamentales. Esas imágenes serán posteriormente procesadas en estudios de edición y montaje, para dar forma a notas periodísticas elaboradas por la prensa oficial que celebran los supuestos avances del “Proyecto de Urbanismo

Colaborativo/Participativo con Perspectiva de Género”, en el marco de las acciones de integración socio-urbana implementadas en el barrio⁶.

La ejecución de una obra de urbanización que “está cambiando la vida de más de seis mil personas” - como afirma una nota oficial - requiere de una escena que potencie los alcances de su pretendido éxito (Redacción ANSL, 2023a). En este sentido, la inversión millonaria destinada al suministro de agua potable, tendido eléctrico, cloacas, redes peatonales, plazas y cordones cuneta, es presentada por parte de las autoridades gubernamentales como una oportunidad para las familias en su “incorporación de lo que significa hoy vivir estando aliados a un tejido urbano”, como afirma el viceministro de Desarrollo Social de la provincia. En otras palabras, la presentación y anuncio de las obras de urbanización constituyen la concreción de “un día que —los vecinos— habían soñado toda su vida” (Redacción ANSL, 2023a). Pues, el largo sueño de los excluidos urbanos constituye uno de los puntos sensibles de la política urbana cuando pretende redimir a partir de sus acciones las esperas de las poblaciones pobres por mejores condiciones de recreación de la vida.

A menudo, las transformaciones espaciales son vistas como intervenciones que “echan luz” a los oscuros suburbios para conectarlos a las lógicas estratégicas de circulación del capital. La “iluminación” adquiere en la política pública puntana un nodo clave para el despliegue de sus alcances cuando refiere a la realización de modificaciones en el paisaje urbano. Estas incluyen desde la construcción de grandes monumentos como expresión encarnada del poder del Estado sobre el territorio, hasta la integración de asentamientos y barrios populares que se encuentran—al decir del viceministro de Desarrollo Social— desconectados de la ciudad. La fuerza lumínica de las proyecciones urbanas permite integrar aquello que se encuentra por fuera del organismo vivo de la ciudad, interconectada por medios de autopistas y sendas luminosas. En este marco, el ex-mandatario de gobierno se ha encargado de difundir las cualidades benéficas de la iluminación a partir de la colocación de voluminosos carteles ubicados en los principales accesos de la ciudad. Allí, por donde circulan los cuerpos y las mercancías que motorizan el pretendido desarrollo urbano.

“Donde había oscuridad, habrá Luz”, afirma el ex-mandatario Alberto Rodríguez Saá proclamando dicha expresión como una máxima de gobierno, entre otras consideradas claves para la gestión pública: “¿Qué mejor que prender la luz con parques, plazas, autopistas y obras con finalidades deportivas, culturales o sociales que iluminen en la oscuridad?” (Redacción ANSL, 2023b). Del mismo modo, cuando pensamos en las obras de urbanización realizadas

⁶ El “Proyecto de Urbanismo Colaborativo/Participativo con Perspectiva de Género” se enmarca en el paquete de políticas habitacionales dispuestas por el Ejecutivo Nacional a partir de la sanción en el año 2018 de la Ley N° 27.453 de “Integración Socio-Urbana de Barrios Populares”. Dicha normativa impulsó la aprobación de diversos proyectos urbanos destinados al mejoramiento de barriadas y asentamientos populares distribuidos en distintos puntos del mapa nacional. Para el caso de la provincia de San Luis, el Barrio “República” fue incluido como parte de la cartera de intervenciones dispuestas para el suministro de bienes y servicios al relegado territorio.

en el Barrio República encontramos dichos sentidos en las declaraciones de funcionarios y técnicos urbanos cuando afirman que los barrios intervenidos “empiezan a tener esta dinámica de conexión donde antes no entraba un taxi, donde no podía entrar una ambulancia (...) ahora pueden tener esa posibilidad de conectarse y de que El República surja la luz” (Redacción ANSL, 2023a).

Las formas de escenificación de las transformaciones espaciales se apoyan de las cualidades benéficas de la iluminación para potenciar sus grandezas. Un pensador de las imágenes y las velocidades como Paul Virilio destaca estas relaciones entre la luz y las ciudades, así como sus efectos en las modelizaciones sobre la experiencia y las sensibilidades humanas. Así, por ejemplo, en “Máquina de Visión” describe el papel de la imagen y su instrumentalización en la arquitectura urbana combinada con las técnicas de representación artísticas y las formas de reproducción plástica que encuentran (por ejemplo: en la fotografía), nuevas formas de expresión del poder en el espacio:

El público sentía el inmenso deseo de otras luces que las del día, unas luces que, como las de la ciudad, ya no serían obra de la naturaleza o del Creador, sino del *hombre que iluminaba al hombre* (...) la ascensión del cuarto poder está ahí, en ese espejismo urbano de *luces que no son más que ilusión de lo que es dado a ver*. (Virilio, 1998, p. 49)

Iluminar por medio de la técnica supone una progresiva reconversión de la mirada humana, en la medida en que esta se media y transforma a través de soportes y dispositivos capaces de fijar y volver inmóviles a los otros. De manera paralela, el cuerpo es progresivamente relegado a un segundo plano, en distintos ámbitos de la vida social, cuando la maximización de la técnica se valora por encima del cultivo de la sensibilidad. A propósito, Virilio recupera una expresión de Vernant para reflexionar, a través de una de las figuras míticas de la tradición griega: “Mirar a la Gorgona cara a cara es, en el relámpago de su ojo, dejar de ser uno mismo, perder la propia mirada, condenarse a la inmovilidad” (Vernant en Virilio, 1998, p. 57). En este marco, cabe preguntarse: ¿qué implica “prender la luz” sobre los espacios y los sujetos que habitan los suburbios oscuros de las ciudades?

Existen diversas formas de arrojar luz sobre los espacios y las personas para integrarlas a la unidad orgánica de la ciudad. Además de las intervenciones proyectadas sobre “El República”, que buscan transformar y “cambiar la vida” de miles de habitantes mediante el suministro de bienes y servicios básicos, emergen otras formas de iluminación, vinculadas a la instrumentalización de la imagen a través de dispositivos mediáticos que organizan y administran el relato de éxito de la política urbana.

Estas estrategias encuentran en los rostros de los habitantes de la barriada una plataforma desde la cual irradiar su luz. Ya no para intervenir en el plano de las prácticas a partir de obras de urbanización que van interpellando en

términos sensibles las interacciones y modos de vida vecinales, sino de producir imágenes plásticas que capturan “lo sagrado” anclado en los rostros de las poblaciones beneficiarias. Así pues, los habitantes de la periferia puntana son iluminados por la lente que los captura para reproducirlos en distintos formatos con fines de potenciar los alcances mediáticos de las acciones del poder estatal. Es decir, en la producción de “imágenes públicas” que acompañen los imaginarios volcados sobre las transformaciones espaciales consideradas “hitos urbanos” de la política puntana⁷ (Abraham, 2023). A continuación, el lector podrá observar las capturas de los rostros que al convertirse en imágenes públicas se vuelcan al régimen de velocidad expresado en el ritmo vertiginoso de las circulaciones (de mercancías y cuerpos) que motorizan las intervenciones sobre el espacio (imágenes 1 y 2).

Imágenes 1 (izquierda) y 2 (derecha). Los rostros del República



Fuente: Agencia de Noticias San Luis (Redacción ANSL com/2023/03/27/861917-barrio-republica-la-obra-cmil-personas-video-destacado/)

Las imágenes muestran los rostros de los habitantes del barrio República, ubicado en la zona oeste de la ciudad de San Luis. Estas fotografías acompañaron diversas notas de prensa oficiales, destinadas a difundir los avances de las obras de urbanización realizadas en el territorio. Los rostros aparecen inmóviles frente a la cámara, que los captura para su posterior reproducción plástica en soportes gráficos y/o audiovisuales. Se trata de “imágenes fácticas” en tanto orientan la mirada hacia los rostros de los habitantes como punto central de atención fotográfica (Virilio, 1998). Mientras la centralidad compositiva se concentra en el recorte del cuerpo —particularmente el rostro—, el fondo permanece deliberadamente difuminado por los artificios de la lente. Ese fondo remite a las condiciones materiales de existencia que enmarcan las prácticas de sobrevivencia cotidiana de quienes habitan esta zona periférica: viviendas construidas con materiales precarios (maderas, nylon, tarimas) que

⁷ En otro trabajo destacamos las intervenciones territoriales realizadas por el aparato estatal en diálogo con distintos modelos productivos que fueron modelando históricamente determinadas imágenes de ciudad: la ciudad industrial, la ciudad digital y la turística. Allí, revisamos el papel de la circulación como nodo propulsor de las distintas transformaciones espaciales en la ciudad de San Luis.

quedan obturadas por el encuadre fotográfico para destacar otros elementos en la composición de la imagen. De manera paralela a esta fragmentación visual, se seleccionan fragmentos de testimonio que resaltan los “avances positivos” de las transformaciones espaciales en el barrio. El relato periodístico traduce esas voces enunciando un “cambio de vida” producido por la llegada de las máquinas excavadoras, que redimen simbólicamente a los cuerpos situados en los bordes de la ciudad. Los pobladores “agradecen” el gesto afectivo del poder estatal (“le doy gracias al Gobierno...”), mientras sus rostros quedan fijados en un discurso que no controlan. La nota no sólo selecciona estratégicamente el fragmento de cita, sino que también “habla por” los rostros silenciados de los habitantes de la periferia. En una de las imágenes, por ejemplo, se afirma que “Adrián está feliz de ser testigo de la obra que esperó por años”. Su rostro queda así sellado para la posteridad bajo la marca de la felicidad, cuando su rostro es valorizado en beneficio del cemento⁸.

La Imagen 3 muestra el rostro de Marcelo Cáceres, vecino del barrio, quien se constituye en punto de atención fotográfica. Al igual que en las dos imágenes anteriores, el fondo aparece difuminado, borrar el escenario que enmarca las prácticas y las formas de habitabilidad construidas en el espacio. Lo relevante es el rostro fijado, que no sonríe ante la cámara y queda registrado para su reproducción automática. Allí también se destaca un fragmento de cita que habla por Cáceres sobre los avances de las obras de urbanización desplegadas por el gobierno. El testimonio resulta más “elocuente” en tanto destaca aspectos que refieren a las condiciones de vida caracterizadas por la deficiencia de bienes y servicios básicos: “no tenía cloacas, hice un pozo al fondo, pero ahora ya voy a poder comprar los caños para conectarme a la cloaca”. El contraste entre la precariedad de la vida cotidiana y la promesa de urbanización como “transformación” se reproduce en cada fragmento de cita seleccionado estratégicamente por la prensa oficial.

⁸ Nos referimos a la expresión “Poner Alma Al Cemento” (2019), como eslogan de gobierno que se ha difundido acompañando a distintas campañas de obras públicas y acciones gubernamentales. Así, en las sesiones legislativas de diciembre de 2019, el ex mandatario Alberto Rodríguez Saá expresaba a la audiencia presente sus intenciones en los próximos años de gobierno a partir de la singular expresión: “Soy del San Luis de las autopistas, soy del San Luis de las viviendas, de los puentes, de la Internet, de las Terrazas del Portezuelo, de este edificio, ese San Luis del Cemento y quiero ser el San Luis que le ponga alma al cemento. Le vamos a poner alma al cemento” (Video “Alma”, diciembre 2019).

Imagen 3. Los rostros del República



Fuente: Folleto Impreso “San Luis, una ciudad que sigue creciendo”, Gobierno de San Luis (2023).

La aparente política de redención de los cuerpos periféricos ancla su éxito en los rostros de quienes observan los cambios que impone el avance del cemento en este punto de la ciudad. Pues, las estrategias de “iluminación urbana” no sólo despliegan sus acciones, a partir de las modificaciones que imponen sobre los territorios (trazado y emplazamiento de nuevas vías de circulación), sino a partir de la captación “desde arriba” y “con los de abajo” de las prácticas y modos de vida barriales para la potenciación de sus alcances (Seveso & Abraham, 2025). Así, la captura plástica de los pobladores convertidos en imágenes intercambiables en beneficio de la política puntana, constituye una expresión del poder en los territorios. Un acto de iluminación. Una manifestación concreta de su despliegue en distintos órdenes de la vida que son valorizados por la lógica del capital cuando subsume los cuerpos en imágenes rentables.

4. LA DIGNIFICACIÓN DE LOS EXCLUIDOS URBANOS COMO FALSO RECONOCIMIENTO

Si la política urbana, mediante su fuerza lumínica, irradia su luz sobre los puntos conflictivos de la ciudad, lo hace a través de acciones de integración que buscan unificar aquello que ha sido desgarrado. Esta lo hace a partir de la producción de imágenes, escenas que atestiguan el avance aparentemente democratizador e indulgente del cemento que homogeneiza espacios y cuerpos. Hacer visibles y luminosos lugares y rostros que antes eran oscuros y/o enfermos, se trata de una actuación presente en los mecanismos de inclusión/integración estratégica (Seveso & Abraham, 2025). Vamos a denominar esta acción redentora como “dignificación”, entendida como la inversión de cierto sentido de lo humane, para convertirlo en instrumento de legitimación de la acción racional y ordenadora sobre el territorio. Así, por ejemplo, uno de los

técnicos encargados del avance de las obras, resumía el objeto de estas acciones de la siguiente manera: “Los y las vecinas están palpitando un gran sueño de años de pedidos y de lucha que empieza a hacerse realidad: la dignificación para cada uno de ellos” (Redacción ANSL, 2022a). Ya en las palabras del planificador urbano, encontramos que la dignificación evoca una acción realizada por una fuerza externa (bien podría ser un sujeto y/o materia abstracta) que es ejercida sobre algo o alguien. Una intervención focalizada en un objeto particular desde el cual es proyectada la fuerza lumínica de las proyecciones urbanísticas. Así, cuando observamos la presencia del vocablo en distintas enunciaciones de los agentes y funcionarios de gobierno, generalmente es para referir al alcance de esa transformación (“el cambio de vida”) que no es otra cosa que la mostración visible del poder sobre los cuerpos.

Sin embargo, y como bien afirma Debord (1995), esa mostración no es más que una negación pública de aquello que pretende redimir. Pues, los sujetos permanecen inmóviles y fijados por dispositivos y tecnologías que captan y extraen una parte de su humanidad. El rostro se convierte en un objeto perceptual que no es reconocido por otro rostro, sino queda sometido a una operación estratégica que lo transforma en imagen rentable, con valor exhibitivo, en beneficio de la lógica del capital. En este marco, resulta importante remitir a un sentido del mirar que se ve trastocado en esta escena. Pues, quien mira a un otro lo hace en una instancia de reconocimiento recíproco (aun cuando exista extrañeza). Benjamin (2012) lo señala con el gesto de “alzar la vista”, que indica la percepción de reconocimiento por parte de quien es mirado: “quien es mirado o se cree mirado levanta la vista” (p. 52). Pero, ¿qué sucede con aquellos rostros que no son reconocidos, porque no existe una investidura entre sujetos ni una conmoción recíproca que permita el encuentro humano?

Dignificar significa “dar luz”. Allí no se produce un reconocimiento recíproco, sino la imposición de un valor sobre aquello que es captado para transformarlo en imagen-mercancía. Se trata de un falso reconocimiento, en el que lo mostrado es reapropiado y capitalizado por la misma fuerza que, paradójicamente, lo “redime” dignificándolo. Al respecto, podemos revisar una escena ilustrativa, en la que los rostros ya no aparecen enfrentados a la voz que los nombra, sino de espaldas, como parte de un verdadero espectáculo de la mirada. Pues, durante la presentación de las obras del megaproyecto urbano, el exmandatario provincial, Alberto Rodríguez Saá, presenta los rostros del República en un claro gesto político montado para ser visto (Imagen 4). De espaldas a los vecinos y vecinas del barrio, los presenta y los nombra públicamente con estas palabras:

Que los pudiéramos ver (...) Tienen cara, son nuestras puntanas, puntanos (...) Esta es la cara, miren la cara [señala a los vecinos del República ubicados a sus espaldas] de nuestros hermanos del Barrio República. A veces decimos el Barrio República y no sabemos quiénes son. (Redacción ANSL, 2022b)

La escena adquiere un valor particularmente significativo para nuestro análisis. Ubicados detrás de la voz imperativa del exmandatario provincial, los vecinos y vecinas del barrio permanecen sentados, convertidos en figuras espectrales que son interpeladas por un auditorio de funcionarios y agentes de gobierno. No miran: son mirados, “reconocidos” como parte de la escena de rendición estatal. “Tienen cara”, afirma el exgobernador, apelando a la audiencia para que observe los rostros de los pobladores (“Esta es la cara, miren la cara”). “Populoso”, “grande” y “sufrido” son los calificativos con los que la voz enunciativa describe a la comunidad, mientras señala de espaldas a los habitantes del barrio periférico. Se trata de una presentación pública de los rostros de la pobreza, convertida en un espectáculo con valor exhibitivo, destinada a una audiencia activa que los contempla (“¡Pasen y vean, tienen cara!”). Fanon (2009) en “Piel negra, máscaras blancas” refiere precisamente a esta interpelación de la mirada a partir de una escena que muestra a un niño blanco en su encuentro con el Otro: “Mira mamá, ¡un negro! Tengo miedo”. Dicha escena resulta ejemplificante para la comprensión de los mecanismos de clasificación producidos por quienes detentan el poder de asignar y ubicar a determinados sujetos en posiciones de subordinación material y simbólicamente construidas, tanto en el nivel psico-individual como en el de la sociogénesis).

Imagen 4. La presentación pública de los rostros del República



Fuente: Agencia de Noticias San Luis (Redacción ANSL, 2022b) - <https://agenciasanluis.com/2022/03/30/773822-urbanizaran-el-barrio-republica-1200-familias-contaran-con-agua-potable-tendido-electrico-cloacas-red-peatonal-cordon-cuneta-y-plazas/>

Tanto la iluminación del espacio como la disposición de los cuerpos refuerzan el valor exhibitivo de la escena. La mesa roja y alargada ocupada por los

integrantes de la dirigencia política y presidida por el mandatario provincial se ubica por delante de los pobladores del República que permanecen sentados sin posibilidad de habla. Pues, quien habla por ellos es la voz imperativa de mando, que organiza los momentos del espectáculo. Las fotografías que adjuntamos conforman el paquete de imágenes públicas que consagran la fuerza del poder estatal que muestra e ilumina lo que antes permanecía oculto. Falso reconocimiento en la medida que esa mostración (de los habitantes del barrio “pobre”, “populoso” y “sufrido”) constituye el objeto para la construcción de una pseudo-integración donde unos y otros se encuentran juntos pero separados, se reúnen sin encontrarse verdaderamente. Es, en efecto, un pseudo-encuentro donde las distancias sociales no se suturan, sino que se refuerzan, cristalizadas en una imagen feliz y legitimadora: la de un Estado que “dignifica” los rostros de los excluidos urbanos, integrándolos simbólicamente mientras mantiene intactas las jerarquías materiales y discursivas⁹.

5. SAN LUIS: POLÍTICAS Y CIUDAD ESPECTÁCULO

Las formas de despliegue del poder en los territorios producen imágenes que refuerzan el montaje espectacular de sus acciones. En este marco, la iluminación urbana aparece como una de las estrategias de espectacularización más influyentes de la arquitectura moderna, en la que abundan ejemplos significativos. Uno de los más citados corresponde a las transformaciones espaciales impulsadas por el Barón Haussmann en París en el siglo XIX, cuyos alcances han sido materia de análisis por distintos teóricos y pensadores de lo urbano (Sennett, 1992; Virilio, 1998; Benjamin, 2012; Simmel, 1986). El despeje del espacio para el libre avance de la mercancía requirió modificar el territorio de acuerdo con el régimen moderno de velocidad y circulación. El ensanchamiento de avenidas, el trazado de autopistas y la instalación de luminarias permitieron dotar a las ciudades de un ritmo propio caracterizado por la ininterrumpida movilidad de imágenes y cuerpos. Este encandilamiento fue transformando progresivamente la sensibilidad al punto de provocar una anestesia y embotamiento de los sentidos, que Simmel denominó “actitud blasé”. Junto a la obturación de las facultades sensibles, estas transformaciones avanzaron en la producción de separaciones sociales y espaciales, mediante el embellecimiento estratégico de zonas clave. El arte del decoro del espacio junto con el del motor —l’embellissement stratégique, diría Benjamin (2012)— tuvo como contraluz acciones de control social, segregación, aislamiento/apatía social y el vaciamiento de la vida pública¹⁰. Estas dinámicas se concretaron en la emergencia de enclaves de pobreza,

⁹ Véase: Redacción ANSL (2022b), donde también se puede visulaizar la grabación del momento de presentación de las obras de urbanización junto a los rostros de los pobladores del barrio República. Cabe destacar que dicha escena es realizada en el interior de la monumental edificación gubernamental de “Terrazas del Portezuelo” emplazada sobre una de las principales rutas provinciales.

¹⁰ Vale destacar las referencias en torno a estas transformaciones observadas por R. Williams en su libro “El Campo

conformados por barriadas y asentamientos urbanos alejados de los puntos valorizados por la lógica del capital. Se trata de zonas oscuras y periféricas que contrastan con los sectores iluminados por las transformaciones espaciales, los cuales resplandecen con un brillo propio. El montaje espectacular de estas intervenciones necesita de su reverso oscuro para intensificar su fuerza lumínica.

La construcción del espectáculo requiere de la producción simultánea de separaciones (sociales, simbólicas y físicas), de tal manera que sea posible cierta regulación y orden del territorio como objetivo detrás del decoro. La pseudo-integración que resulta —donde los elementos están “juntos pero separados” (Debord, 1995)— se sostiene en operaciones urbanísticas concretas. Mientras determinadas zonas son embellecidas e interconectadas mediante vías modernas de circulación, otras permanecen relegadas en los suburbios oscuros, unidas sólo en apariencia en una amalgama de luz y sombra que funciona como estrategia de control sobre los sectores “patógenos” —es decir, barrios y poblaciones pobres—, considerados elementos a sanear, mantener a distancia o eliminar para sostener la imagen oficial de ciudad.

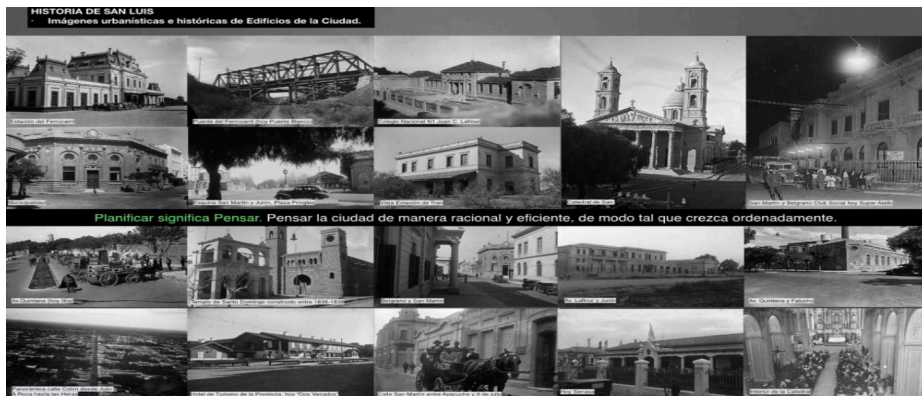
De ahí que para el espectáculo sea importante la construcción de un orden apoyado en la construcción de una homogeneidad por medio de la separación de sus partes. El urbanismo constituye una herramienta importante para su формирование. Pues, al separar y arrasar con barrios y vecindades a partir de transformaciones e intervenciones espaciales, los reintegra estratégicamente, manteniendo la división. Debord (1995) señala que estas pseudo-colectividades se materializan en muros de cemento, como los que rodean barrios privados, o en zonas de pobreza invisibilizadas por la mirada de transeúntes y automovilistas que circulan por los corredores urbanos diseñados para el flujo mercantil. Estas configuraciones socioespaciales coexisten sin encontrarse verdaderamente: ciudades de luz y de sombras, como observó Williams al analizar la transformación londinense. La aparente uniformidad que producen responde a la lógica del espectáculo, que ofrece una imagen feliz de integración, mientras reproduce jerarquías y exclusiones. Así, aunque el urbanismo histórico ha perseguido el orden como correlato del progreso nacional, es precisamente en este orden donde se afianzan las contradicciones internas, sostenidas en el desgarramiento real entre las partes, más que en su integración efectiva.

Para el caso de la ciudad de San Luis, observamos la pregnancia de ciertos resabios urbanos modernos en las formas estratégicas de producción del espacio. “Planificar significa pensar” reza la premisa que orienta las distintas intervenciones históricas realizadas en la Ciudad de San Luis poblada de

y la Ciudad” a partir de la revisión de distintas obras de la literatura moderna. Los fragmentos citados retratan los cambios e intervenciones realizadas en la Londres del S. XIX en plena expansión industrial. Así, por ejemplo, Williams cita al ensayista y crítico social Thomas Carlyle que en una descripción de los efectos de la revolución urbana inglesa afirma: “Aquí los hombres siempre tienen prisa; lo que los preocupa e impulsa es esa velocidad de espanto; entonces como mecanismo de autodefensa, ¡no pueden detenerse a mirarse entre sí!” (Carlyle en Williams, 2017, p. 289).

“imágenes urbanísticas”, como muestra uno de los carteles que acompañó un plan diseñado para el fortalecimiento de la circulación y la integración de la ciudad (Imagen 5)¹¹.

Imagen 5. “Planificar significa pensar”



Fuente: Plan Maestro “Neo San Luis 100% Confortable” (2012-2040).

En este sentido, la planificación normativa del espacio garantiza el crecimiento “ordenado” de la mancha urbana, en un sentido “racional” y “eficiente”. Dicha uniformidad constituye, en verdad, una imagen pretendida por los planificadores y técnicos urbanos, quienes proyectan sobre el espacio un ideal totalizante. El proyecto impulsado por el ex intendente retomaba esta lógica, al privilegiar una forma de planificación basada en la construcción de “polos” de desarrollo distribuidos en distintas zonas de la ciudad e interconectados mediante un moderno sistema de infraestructuras de movilidad. Se trataba, así, de potenciar los desplazamientos y flujos de las prácticas urbanas bajo el signo de la circulación. Esta primacía del movimiento —que se erige como principio ordenador del proyecto urbano— se exhibe además junto a otras edificaciones monumentales realizadas en la ciudad durante el mismo período, en el marco de los planes urbanos promovidos a nivel provincial. El decoro y la velocidad se complementan muy bien para la producción de imágenes que refuerzan un sentido de orden urbano. Así, distintas zonas son “iluminadas” para la potenciación de los carriles de circulación montados para el avance del capital en un

¹¹ Se trata del “Plan Maestro Neo San Luis 100% Confortable” (2012-2040) impulsado por el Intendente. Enrique Ponce a fines del año 2011. Dicho proyecto urbano se encontraba sustentado en premisas como la inclusión y participación de todos los ciudadanos en las transformaciones de la ciudad. Entre sus pretensiones se encuentran; la construcción de puentes y modernos accesos de circulación que permitan la conexión de distintos sectores de la ciudad. El Plan “Neo San Luis” fue parcialmente ejecutado en tanto no pudo contener el desborde del conflicto en la ciudad a partir de la extensión de la mancha urbana hacia la periferia oeste (surgimiento del asentamiento anterior denominado como “Barrio República”), mala administración y ejecución de planes de vivienda (conflicto con beneficiarios de políticas de vivienda; Caso de Granja “La Amalia”), así como el cambio de gestión político-partidaria que dificultaron el seguimiento y continuidad del megaproyecto urbano.

reacondicionamiento general de los territorios para dichos objetivos.

La lógica espectacular tiende al borramiento de las prácticas y al olvido de las condiciones conflictuales que las atraviesan. En su despliegue, desconoce el conflicto y asienta su movimiento de edificación urbana sobre la producción de pseudo-integraciones. En este sentido, cabe preguntarse: ¿qué vínculo guarda una pirámide escalonada iluminada como un casino de Las Vegas con la geografía y la historia de una ciudad intermedia argentina? En este último caso, el centro administrativo del poder gubernamental —denominado Terrazas del Portezuelo (Imagen 6)— parece condensar las aspiraciones de esas proyecciones urbanas motorizadas por la lógica del espectáculo. Sus luces, su monumentalidad y la singularidad de su forma evocan los grandes panteones faraónicos, símbolos de la proyección del poder soberano sobre el territorio.

Imagen 6. Terrazas del Portezuelo



Fuente: Agencia de Noticias San Luis (Redacción ANSL, 2024) - <https://agenciasanluis.com/2024/02/09/919594-terrazas-del-portezuelo-estara-cerrado-entre-el-sabado-y-el-lunes/>

En este sentido, la vista panorámica que provee la edificación es destacada por el ex gobernador durante el acto de inauguración de la monumental obra: “Desde aquí, desde este lugar tan bonito que redescubrimos, vemos a la Ciudad de Juana Koslay, la Ciudad de La Punta, vemos toda la Ciudad de San Luis (...) se ve todo el nudo de autopistas, nuestras comunicaciones con el resto de la provincia” (La Gazeta Digital, 2010). La mirada panorámica proyecta su extensión en todo el territorio desde un ángulo de visión superior que permite una regulación sobre lo edificado. Precisamente, el desplazamiento del espacio público a las imágenes públicas —al decir de Virilio (1998)— recobra aquí un especial anclaje sensible. Basta revisar algunas de las impresiones expresadas por visitantes y turistas que arribaban a la provincia deslumbrados por las

titánicas obras: “Cuando llegamos anoche nos impactó la infraestructura, la iluminación. Nos impactó todo, desde sus rutas, hasta la nueva edificación de la terminal” (Redacción ANSL, 2012).

La lógica del espectáculo encuentra en el valor exhibitivo su carácter de verdad: “el mundo como representación y no como actividad - y que en última instancia idealiza la materia - se cumple en el espectáculo, donde las cosas concretas dominan automáticamente la vida social” (Debord, 1995, s/p). Al mismo tiempo que ilumina con su brillo incandescente niega la realidad sobre la cual edifica fantasmáticamente su proyección urbana como ideal abstracto. Así, a escasos metros de la monumental arquitectura piramidal y a orillas del Río San Luis, es posible observar casillas de nylon y tarimas construidas por familias de bajos recursos que conviven con los desbordes y crecidas del río durante las temporadas de lluvias. De otro lado, se extienden distintas zonificaciones barriales, entre las cuales se destaca el emplazamiento del histórico Barrio Tibiletti, considerado estigmáticamente como uno de los más inseguros de la ciudad, caracterizado por distintas situaciones de delincuencia, pobreza y violencia policial¹². En este punto de la ciudad, el río sirve de frontera que separa aquello que es iluminado para su contemplación fugaz de lo que colinda a sus orillas como escenas de postergación, oscuridad y relegación urbana.

En la última década, la incontenible expansión de la mancha urbana a partir de la emergencia de distintos asentamientos urbano-informales hacia el extremo oeste de la ciudad tensionan los idearios de orden urbano y desarrollo proclamados por el gobierno provincial vía montaje espectacular de sus proyecciones urbanísticas. El incremento de focos de relegación urbana en la periferia es retratado por medios alternativos y no alineados a la prensa oficial del gobierno provincial. Asimismo, se le suman los datos recogidos por el Registro Nacional de Barrios Populares (RENABAP) que sistematiza un total de 13 barrios populares y asentamientos informales distribuidos en distintos puntos de la ciudad caracterizados por distintas problemáticas socio-habitacionales (falta de bienes y servicios esenciales; agua, gas y/o electricidad, hacinamiento e inseguridad en el dominio de la tierra, entre otros). A propósito, un diario opositor a la prensa oficial comparaba la magnitud de dichos emplazamientos informales con la construcción de cinco parques recreativos, como el erigido en la ciudad de Villa Mercedes (San Luis) denominado “La Pedrera”, y que ha sido también símbolo monumental de las estrategias de transformación y embellecimiento urbano¹³.

¹² El Barrio Tibiletti se encuentra ubicado al sur de la ciudad bordeando el Río San Luis donde también se encuentra emplazada la monumental edificación “Terrazas del Portezuelo”.

¹³ “Si se tiene en cuenta que El Parque La Pedrera tiene una superficie de 66 hectáreas, se necesitaría 5,11 veces su tamaño para alcanzar la totalidad de superficie que ocupan estas urbanizaciones puntanas (337,27 hectáreas)” (Pampillón, 2022). El Parque “La Pedrera” se encuentra emplazado en la Ciudad de Villa Mercedes, y dentro de sus inmediaciones se encuentra construido un estadio único de fútbol, el cual es referenciado por el exgobernador como un “coliseo” que ubica a la provincia entre “los mejores del mundo”: “vamos a preguntarnos dentro de un año cuántos estadios en el mundo están techados, el de Wembley en Londres es uno de ellos, estaremos entre los

Frente al crecimiento exponencial de las barriadas informales hacia ese sector de la ciudad, el gobierno “reconoce” la existencia de condiciones de precariedad habitacional a partir del plegamiento a las acciones de integración socio-urbana realizadas en distintos barrios populares a nivel nacional. Así, en el mes de febrero del 2021 el gobierno provincial firma un convenio con el ejecutivo nacional para la implementación del “Proyecto de Urbanismo Colaborativo/Participativo con perspectiva de género” para la urbanización de una de las barriadas más grandes de la zona oeste: “El convenio tiene la particularidad, una cláusula específica que indica que el 25% de la mano de obra (...) tiene que ser integrantes de cooperativas de trabajo que residan en estas zonas, o beneficiarios de planes sociales” (Redacción ANSL, 2021). En este sentido, lo que parece como un “reconocimiento” de la no sutura del orden urbano espectacular, es encauzado nuevamente hacia esa misma lógica en un acto de redención de la política urbana sobre las poblaciones pobres. La aparente participación de los habitantes aparece como un acto de dignificación de los sujetos —en el término anteriormente descrito— que otorga a esos cuerpos condiciones de reconocimiento, vía promesa del cemento, de ser humanos. Sin embargo, dichas integraciones no sólo son realizadas para la captación de los saberes y modos de vida de las familias asentadas sino para “ordenar” los desbordes de las poblaciones pobres como efectos de las políticas desarrolladas en los últimos años. Así, frente a la pretendida “integración” y “participación”, como “aquello que es ponderado como fundamento de la transformación del territorio efectivamente se cementa; se vuelve argamasa, concreto y hormigón: se estructura sobre el espacio desde un centro de gestión tecno-administrativo, brazo actuante del Ministerio y de sus políticas de dignificación” (Seveso & Abraham, 2025).

De este modo, y como ya afirma Debord (1995), la lógica del espectáculo supone una “reestructuración sin comunidad” donde lo que prevalece es la escenificación de lo que es montado para la mirada. Así, el desplazamiento hacia modalidades de producción del espacio urbano de corte “participativo/colaborativo”, como aquellos aplicados en la zona oeste de la ciudad, específicamente en el Barrio República, no sólo montan una pseudo-participación de las poblaciones beneficiarias, sino que refuerzan las condiciones de precariedad en beneficio de la política urbana que ahora echa luz para iluminar “lo oscuro”. Basta traer algunas declaraciones del exmandatario provincial (Alberto Rodríguez Saá) cuando, en su cuenta personal, hace referencia a que “poco a poco las luces comenzaron a apagarse, los barrios fueron creciendo y en esta zona había más oscuridad. Queríamos que algo uniera, que diera vida y convirtiera esa oscuridad en luz”. La vigencia de dicha premisa en las lógicas contemporáneas de producción del espacio se reactualiza bajo distintos formatos de intervención que asumen una apariencia participativa o social en sus fundamentos. Si

.....
mejores del mundo” (Agencia de Noticias San Luis, 2016).

bien persisten los resabios modernos en las proyecciones urbanísticas —en las pretensiones de interconectividad y en el fortalecimiento de los carriles de circulación—, el modelo participativo o colaborativo de gestión urbana no desactiva, sino que refuerza la lógica espectacular: subsume los cuerpos, los convierte en imágenes y los incorpora al brillo del espectáculo urbano. Así, los rostros de los habitantes de la barriada son literalmente iluminados para potenciar el espectáculo de la política urbana, aquella que proclama “transformar la vida” de más de seis mil personas mientras reproduce las condiciones de su visibilidad subordinada.

Las pseudo-integraciones que la lógica espectacular construye se encuentran dirigidas a una “organización de la apariencia” vía ordenamiento de las piedras (Debord, 1995). Una proyección que se edifica sobre la destrucción para asumir una forma positiva cuando es mostrada para su contemplación. Así, mientras se potencia sobre un desgarró social, de base material y vivo, su avance continúa en un amplio repertorio de imágenes “felices”, como aquella que cerró la inauguración de la monumental y luminosa pirámide a orillas del Río San Luis. En aquel escenario, un cantante de ópera local recitaba al ritmo de la tradicional guajira popular cubana, unas estrofas que decían: “Todos felices, todos felices. Hoy los puntanos cantamos todos felices. De corazón yo le digo Gracias a quien hoy lleva las riendas Alberto Rodríguez Saá. Grande como su obra, por siglos perdurará. Todos felices, cantemos todos felices” (La Gaceta Digital, 2010).

6. CONCLUSIONES

Este trabajo se ha encargado de revisar el uso del rostro en el marco de una política urbana específica que afianza sus alcances a partir de la proyección de imágenes. Aquí, la profanación implica una captura de aquello que constituye el lugar de lo sagrado asentado en esta parte específica del cuerpo como rastro distintivo de la faz humana. En este sentido, las operaciones volcadas sobre las poblaciones beneficiarias del megaproyecto urbano incluyen desde la capitalización de sus saberes y fuerza de trabajo hasta su participación en la producción de imágenes que consoliden los imaginarios de progreso y desarrollo impulsados por el poder estatal. Las imágenes de rostros que observamos no sólo constituyen una expresión de las formas de escenificación de la pobreza en los contextos de exclusión urbana. Sino también, un documento visual de los mecanismos de integración estratégica que operan a partir de la instrumentalización de las poblaciones para la consolidación de la imagen de ciudad vía política urbana. Lo que supone una “integración” —afianzado en los fundamentos del “Proyecto de Urbanismo Colaborativo/Participativo— sostiene sus cimientos en la producción de escenas montadas para la mirada donde los rostros de los habitantes aparecen, por un lado, fijados por la técnica, y, por

otro, mostrados por la voz de mando que los cualifica como “sufridos”. Imposibilitados en ambas escenas del “habla”, los rostros permanecen como parte del decoro que cimenta el poder estatal sobre el territorio. Iluminados como acto de dignificación mientras permanecen a la espera de mejores condiciones de reproducción vital. Pues, en la distribución diferencial de la vulnerabilidad, dichos cuerpos son doblemente vulnerables por su condición de clase y por el ejercicio de modos estratégicos de capitalización de su humanidad en el marco de sociedades mediatizadas. Allí, las ciudades y las formas de producción dominante de lo urbano no quedan exentas del espectáculo que integra a partir de imágenes felices las partes de un desgarró social. Este persiste como complemento del espectáculo de la mirada. Se tratan de expresiones concretas materializadas en relaciones sociales que lejos de ser “escenas” o “telones de fondo” constituyen ellas mismas la materia de intervención del poder. Así, el megaproyecto urbano que pretendía “cambiar la vida” a cientos de familias al día de la fecha se encuentra paralizado producto de la recesión de las partidas dinerarias para el financiamiento de obras de urbanización en barrios y asentamientos populares en el marco de la asunción de un nuevo gobierno nacional de corte liberal. Pese a la suspensión de la política urbana, las imágenes de los rostros hablados por el poder del Estado continúan su reproducción en los caminos de la circulación de bienes y mercancías. Fijados para toda la eternidad en nombre de la política del cemento.

REFERENCIAS

- Abraham, E. & Seveso, E. (2024). El rostro de los excluidos: la «dignificación» como escena de las estrategias de edificación urbana. *Acentos. Entonaciones al interpretar el mundo*, 1, 31-45. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/acentos/article/view/42422/47353>
- Abraham, E. (2023). Cuerpos y espacio urbano: escenas de movimiento y fijación en la ciudad contemporánea. *Crítica y Resistencias. Revista de conflictos sociales latinoamericanos*, 16, 43-59.
- Agencia de Noticias San Luis (2023). Hay que ponerle alma al cemento. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=VJkxttLO06U>
- Benjamin, W (2010). *Ensayos Escogidos*. El Cuenco de Plata.
- Benjamin, W (2012). *El París de Baudelaire*. Eterna Cadencia Editora.
- Boito, E. (2013). *Ideología y prácticas sociales en conflicto: una introducción*. Centro de Investigaciones y Estudio sobre Cultura y Sociedad.
- Boito, E. (2013). Imagen, reproducción, entorno. Topos discontinuos en una reflexión estético-política. *La Trama de la Comunicación*, 7, 177-194.

- Butler, J. (2006). *Vida Precaria, el poder del duelo y la violencia*. Paidós.
- Corominas, J. (1987). *Breve Diccionario Etimológico de la Lengua Castellana*. Gredos.
- Debord, G. (1995). *La sociedad del espectáculo*. La Marca.
- Fanon, F. (2009). *Piel negra, máscaras blancas*. Akal.
- Fernández, M. (2014). Sobre la mediatización. Revisión conceptual y propuesta analítica. *La Trama de la Comunicación*, 18, 189-209.
- La Gaceta Digital (2010). Inauguración Terrazas del Portezuelo - Discurso del Gobernador. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=MBzh08fWMMw&t=1s>
- La Gaceta Digital (2020). Inauguración Terrazas del Portezuelo - Daniel Fernández. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=D2RvqKrEOWc>
- Le Bretón, D. (2009). El rostro y lo sagrado. Algunos puntos de análisis. *Universitas Humanística*, 68, 139-153. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/univhumanistica/article/view/2270/1572>
- Marx, K. (2015). *Antología El Capital*. Alianza Editorial.
- Marx, K. (2015). *Manuscritos Económico-Filosóficos de 1844*. Colihue Clásica.
- Pampillón, J. (2022). Los Barrios Populares en San Luis: ya son 30 los asentamientos y villas que en conjunto ocupan una superficie equivalente a cinco parques de la Pedrera. *El Chorrillero*. <https://elchorrillero.com/nota/2022/06/11/333714-los-barrios-populares-en-san-luis-ya-son-30-los-asentamientos-y-villas-que-en-conjunto-ocupan-una-superficie-equivalente-a-cinco-parques-la-pedrera/amp/>
- Poe, E. A. (1971). *Narraciones extraordinarias*. Perié.
- Primo Levi (2002). *Si esto es un hombre*. Ediciones Península.
- Redacción ANSL (2012). Terrazas del Portezuelo: una opción para los turistas que visitan la provincia. *Agencia de Noticias San Luis*. <https://agenciasanluis.com/2012/09/12/48105-terrazas-del-portezuelo-una-visita-obligada-para-los-turistas/>
- Redacción ANSL (2021). Alberto Rodríguez Saá firmó un convenio de cooperación con el Gobierno Nacional para la urbanización de barrios populares. *Agencia de Noticias San Luis*. <https://agenciasanluis.com/2021/02/23/677466-alberto-rodriguez-saa-firmo-un-convenio-de-cooperacion-con-el-gobierno-nacional-para-la-urbanizacion-de-barrios-populares/>
- Redacción ANSL (2022a). Alan Sosa Tello: “Empieza a hacerse realidad la dignificación de cada uno de los vecinos”. *Agencia de Noticias San Luis*. <https://agenciasanluis.com/2022/05/21/787742-alan-sosa-tello-empieza-a-hacerse-realidad-la-dignificacion-de-cada-uno-de-los-vecinos/>

- Redacción ANSL (2022b). Urbanizarán el Barrio República: 1.200 familias contarán con agua potable, tendido eléctrico, cloacas, red peatonal, cordón cuneta y plazas. *Agencia de Noticias San Luis*. <https://agenciasanluis.com/2022/03/30/773822-urbanizaran-el-barrio-republica-1200-familias-contaran-con-agua-potable-tendido-electrico-cloacas-red-peatonal-cordon-cuneta-y-plazas/>
- Redacción ANSL (2023a). Barrio República: la obra que está cambiando la vida de más de seis mil personas. *Agencia de Noticias San Luis*. <https://agenciasanluis.com/2023/03/26/861427-barrio-republica-la-obra-que-esta-cambiando-la-vida-de-mas-de-6-mil-personas/>
- Redacción ANSL (2023b). Hay que prenderle la luz a los espacios oscuros. *Agencia de Noticias San Luis*. <https://agenciasanluis.com/2023/04/01/863346-hay-que-prenderle-luz-a-los-espacios-oscuros/>
- Redacción ANSL (2024). Terrazas del Portezuelo estará cerrado entre el sábado y el lunes. *Agencia de Noticias San Luis*. <https://agenciasanluis.com/2024/02/09/919594-terrazas-del-portezuelo-estara-cerrado-entre-el-sabado-y-el-lunes/>
- Redacción BBC News Mundo (2020). George Floyd: la indignación en EEUU por la muerte de un afroestadounidense después de que fuera detenido por la policía en Minneapolis. *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-52815026>
- Schutz, A. & Luckmann, T. (1977). *Las estructuras del mundo de la vida*. Amorrortu Editores.
- Sennett, R. (1992). *Carne y Piedra, el cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*. Alianza.
- Seveso, E. & Abraham, E. (2025). Alma al cemento: sensibilización y participación en estrategias de integración urbana. *Revista estudios de políticas públicas*, 11(1), 4-25. <https://revistaestudiospoliticaspublicas.uchile.cl/index.php/REPP/article/view/74342>
- Simmel, G. (1986). Las grandes ciudades y la vida del espíritu. *Cuadernos Políticos*, 45, 5-10.
- Virilio, P. (1993). *El arte del motor, aceleración y realidad virtual*. Manantial.
- Virilio, P. (1998). *La Máquina de Visión*. Ediciones Cátedra.
- Williams, R. (2008). *Palabras Clave, un vocabulario de la cultura y la sociedad*. Nueva Visión.
- Williams, R. (2017). *El campo y la ciudad*. Prometeo Libros.

* 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

Eliana Isabel Abraham. Doctora -candidata- en Estudios Sociales de América Latina, Universidad Nacional de Córdoba (Argentina). Licenciada en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba. Auxiliar de Primera, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de San Luis (Argentina). Integrante del proyecto de investigación “Ciudad Construida/Ciudad Habitada: Conflictos, Políticas y Experiencias en Escenarios Socio-urbanos Contemporáneos”, dirigido por el Dr. Emilio Seveso, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de San Luis, y del Programa de investigación titulado “Ideología, Prácticas Sociales y Conflicto”, dirigido por la Dra. María Eugenia Boito y la Dra. María Belén Espoz, Instituto de Estudios en Comunicación, Expresión y Tecnologías, Universidad Nacional de Córdoba. Su tema de investigación se centra en el estudio de las experiencias urbanas, políticas y movilidades en el cruce entre la sociología urbana y el campo de la comunicación social.

El cine en la hipermediatización

El fenómeno *Emilia Pérez*

Cinema in hypermediatisation

Emilia Pérez phenomenon

Cinema em Hipermediatismo

O fenômeno *Emilia Pérez*

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4103>

► ANA PAULA COMPAGNUCCI

compagnuccipaula@gmail.com - Córdoba - Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-3933-5972>

CÓMO CITAR: Compagnucci, A. P. (2025). El cine en la hipermediatización. El fenómeno *Emilia Pérez*. *InMediaciones de la Comunicación*, 20(2). <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4103>

Fecha de recepción: 29 de abril de 2025

Fecha de aceptación: 30 de octubre de 2025

RESUMEN

El artículo examina cómo el *starsystem* pone en escena la película *Emilia Pérez*, de Jacques Audiard (2024), una tragedia moderna con forma de musical. El film, protagonizado por figuras de Hollywood como Selena Gómez y Zoe Saldña, relata la historia de una abogada que asiste a un narcotraficante mexicano en su decisión de realizar una transformación sexo-genérica. Las numerosas críticas desatadas por parte de la audiencia latinoamericana en redes sociales –centradas, en muchos casos, en el modo de hablar de las actrices y el

tratamiento caricaturesco del narcotráfico y los crímenes asociados a él– colocó la película en el centro de la discusión mediática. En ese marco, el artículo centra su atención en el retrato filmico –un rostro que incluye una voz– como nodo articulador entre *starsystem*, biografía de las intérpretes y recepción hipermediatizada. Al entender que el auge del *streaming*, las redes sociales y los contenidos interactivos convierten el cine en un fenómeno transmedia; atravesado por debates, entrevistas, publicidades interactivas, videos-reacción, cameos, memes y otras formas de discursividades contemporáneas.

PALABRAS CLAVES: cine, *Emilia Pérez*, *starsystem*, retrato filmico, *sociolecto*.

ABSTRACT

The article examines how the *starsystem* stages the film *Emilia Pérez*, directed by Jacques Audiard (2024), a modern tragedy presented in the form of a musical. The film, starring Hollywood figures such as Selena Gómez and Zoe Saldña, tells the story of a lawyer who assists a Mexican drug lord in his decision to undergo a sex-gender transformation. The numerous criticisms unleashed by Latin American audiences on social media –many of them focused on the actresses' way of speaking and the caricature-like treatment of drug trafficking and its related crimes– placed the film at the

center of media discussion. Within this framework, the article focuses on the filmic portrait – a face that also includes a voice – as an articulating node between the starsystem, the actresses' biographies, and a hypermediated reception. It argues that the rise of streaming platforms, social media, and interactive content turns cinema into a transmedia phenomenon, one traversed by debates, interviews, interactive advertising, reaction videos, cameos, memes, and other forms of contemporary discursivity.

KEYWORDS: *cinema, Emilia Pérez, starsystem, filmic portrait, sociolect.*

RESUMO

O artigo examina como o starsystem encena o filme *Emilia Pérez*, de Jacques Audiard (2024), uma tragédia moderna apresentada em forma de musical. O longa, protagonizado por figuras de Hollywood como Selena Gómez e Zoe Saldña, narra a história de uma advogada

que auxilia um narcotraficante mexicano em sua decisão de realizar uma transformação sexo-gênero. As numerosas críticas desencadeadas pelo público latino-americano nas redes sociais – centradas, em muitos casos, na maneira de falar das atrizes e no tratamento caricatural do narcotráfico e dos crimes a ele associados – colocaram o filme no centro da discussão midiática. Nesse contexto, o artigo concentra sua atenção no retrato filmico – um rosto que também inclui uma voz – como um nó articulador entre o starsystem, a biografia das intérpretes e a recepção hipermediatizada. Parte-se do entendimento de que o crescimento do streaming, das redes sociais e dos conteúdos interativos transforma o cinema em um fenômeno transmídia, atravessado por debates, entrevistas, publicidades interativas, vídeos de reação, cameos, memes e outras formas de discursividades contemporâneas.

PALAVRAS-CHAVE: *cinema, Emilia Pérez, starsystem, retrato filmico, socioleto.*

1. INTRODUCCIÓN

Entre las artes que alcanzaron su esplendor en el siglo XX, y de las que frecuentemente se vaticina su final, el cine parece ser un sobreviviente que logra reinventarse para diversificar su audiencia mediante su circulación en plataformas de *streaming*, el uso de formatos híbridos, la realidad virtual y las narrativas expandidas. Estas nuevas variantes, en términos de producción y circulación, no han reemplazado a las películas con formatos más tradicionales ni a la sala de cine, sino más bien parecen acompañarlas o, en algunos casos, complementarlas.

La supervivencia del cine se debe en gran medida a la expansión de la vida a través de las pantallas, a la adaptabilidad de su materialidad —desde el espacio público de la sala de cine hasta el intimismo del celular—, pero también a que, y me atrevo a decir que principalmente, sigue siendo una industria económicamente rentable. Este logro, como se profundizará más adelante en el texto, guarda una relación directa con el sistema de las estrellas o *starsystem*, que se consolida a través del rostro fílmico construido por el primer plano: ese que sale de la pantalla y se proyecta hacia la vida privada de los intérpretes cuando se convierten en figuras públicas cuyas biografías mediatizadas terminan influyendo también en el universo cinematográfico.

Frente a la expansión de lo digital, lo portátil y lo inmediato, el cine como fenómeno social y cultural prevalece, pero la hipermediatización de la vida transforma las películas en objetos y dispositivos cuyo valor depende de su propia exposición mediática, es decir, en tanto las películas se *hipermediatizan*. La elección de un *film* entre un océano —o más bien, si vale la figura, una *controlada* laguna— de posibilidades está hoy condicionada principalmente por el ecosistema digital de las redes sociales, por la promoción de los *films* que disponen de medios para contratar celebridades internacionales del *starsystem*, invertir en difusión y obtener la legitimidad que les otorga formar parte de grandes festivales internacionales de cine.

Dentro de una semiosfera cultural gobernada por las nuevas tecnologías y las redes sociales, las películas con mediana y gran audiencia son aquellas que funcionan como acontecimientos virales, al generar narrativas simultáneas con múltiples puntos de vista e interpretaciones que resuenan en diversas plataformas. El modo en el que el cine se inserta en la lógica de la hipermediatización resulta evidente en fenómenos virales como *Barbenheimer*, cuya circulación en Internet comenzó incluso antes del estreno de las películas a las que hace referencia, a saber, *Barbie* (Greta Gerwig, 2023) y *Oppenheimer* (Christopher Nolan, 2023); así como también sucedió —y sucede— de manera más significativa para nuestro continente en la reciente polémica alrededor del *film* francés *Emilia Pérez*, dirigida por Jacques Audiard (2024).

En la controversia alrededor del *film* que da nombre al artículo se vieron

envueltos diversos actores del campo cultural, lo que lo volvió un tema central en la prensa latinoamericana; inundando las redes sociales de opiniones diversas y de cataratas de respuestas frente a cada declaración hecha, tanto por quienes participaron del film como de diversas personalidades mediáticas que decidieron pronunciarse a su respecto.

En el afán por comprender las múltiples implicancias que colocan al film *Emilia Pérez* en el centro del debate, el artículo se propone examinar cómo la hipermediatización del séptimo arte se articula con el sistema de estrellas en sentido amplio, y en particular, con el rostro, entendido no como un simple atributo físico, sino como “una colmena de células semióticas, en cuya configuración y reconfiguración trabajan incesantemente signos, discursos y textos variados, con complicados efectos de superposición en el tiempo y en el espacio” (Voto, Finol & Leone, 2021). En esta línea, el artículo analiza el fenómeno de hipermediatización que rodeó el estreno de *Emilia Pérez* para indagar de qué modo el retrato filmico —pensado como un rostro que tiene una voz— opera como articulador entre el *starsystem*, la biografía de las intérpretes y la propia obra, generando la particular recepción hipermediatizada del film. En este sentido, el funcionamiento del rostro filmico permite comprender cómo los criterios realizativos, las decisiones de casting y las circulaciones discursivas extrafilmicas (prensa, festivales y redes sociales) configuran un fenómeno territorializado que colocó al film en el centro de la polémica.

En el cine, cada elemento se vincula con otro y solo adquiere sentido en esa relación. Por eso, en el análisis filmico no basta con describir cómo se presenta, encuadra, ilumina o sonoriza un rostro; es necesario explorar cómo este dispositivo organiza la intersección entre el tratamiento dramático de la puesta en escena¹ y las expectativas socioterritoriales que operan en las audiencias. Es así que se vuelve imprescindible pensar en una *rostrosfera* (Finol & Finol, 2021) que funciona como una red de signos que producen ciertos sentidos para determinados rostros en determinados contextos y a través de determinadas formas filmicas. Una *rostrosfera* pensada, en términos de la semiosfera de Lotman (1996), como un espacio delimitado por fronteras (entre lo filmico y extra filmico, entre lo situado y lo universal, entre lo conocido y lo desconocido), con zonas de traducción (fronteras porosas y móviles donde los sentidos sobre los rostros transforman y se transforman) y también con jerarquías internas (rostros centrales y periféricos, conocidos y desconocidos, de la televisión y de las redes sociales, imagen y sonido del rostro). Delimitar una *rostrosfera* que permita abordar el fenómeno de *Emilia Pérez* solo es posible mediante un análisis filmico pero situado, desde una mirada territorializada. Ello permite observar

¹ La puesta en escena hace referencia a todo aquello que organiza el espacio profilmico, lo que dentro del encuadre, por lo que incluye: Espacio (escenarios, escenografía, objetos, atrezzo), Luz (origen, intensidad, temperatura), Color (blanco y negro, colorimetría), Actuación (movimiento y relación con la cámara de los personajes, vestuario, peinado, maquillaje, diálogos), Puesta de Cámara (profundidad de campo o enfoque, tamaños de planos, ángulos, movimientos de cámara).

cómo, por ejemplo, la presencia de una estrella de Hollywood, las decisiones de puesta en escena o el lugar desde donde se mira, puede alterar —positiva o negativamente— la percepción que construimos de un *film*.

De la misma forma que no es posible leer la disputa de sentidos únicamente en términos narrativos, la polémica no se explica tanto por el contenido como por el funcionamiento de los elementos del lenguaje cinematográfico cuando proponen un abordaje globalizado (actrices no mexicanas, español desterritorializado, personajes y espacios estereotipados) frente a las demandas de autenticidad y territorialidad que una parte de la audiencia exige. Es por esto que metodológicamente, combinamos un análisis textual del *film* —con el foco en la construcción de personajes y espacios a partir de la puesta en escena (luz, actores, espacios, cámara) y la banda sonora— con un análisis contextual de su recepción —notas de prensa, declaraciones públicas y publicaciones virales en redes sociales a partir del estreno de la película—.

1.1. El caso en cuestión, el planteamiento del problema

Emilia Pérez es una tragedia moderna en forma de musical que cuenta la historia de un narcotraficante mexicano —líder de un temido cartel— que decide hacer una transformación sexo-genérica; lo que ocasiona en su vida, la de su abogada, la de su esposa e hijos una serie de situaciones conflictivas, contradictorias e incluso violentas. Como ya se dijo, en redes sociales, principalmente entre la audiencia latinoamericana, se han producido numerosas críticas hacia este *film*, lo que lo colocó en el centro de la discusión mediática. La disputa fue desatada por actores y actrices mexicanos y se ha extendido en el ecosistema digital a través de diversos usuarios de redes sociales, expandiéndose por los portales de noticias, sitios especializados en crítica cinematográfica, canales de *influencers* y *youtubers* que hacen videos-reacción, así como también en los perfiles de numerosos usuarios “comunes”, donde podemos encontrar extensas y apasionadas críticas que abordan al *film*. Los aspectos más criticados del *film* son: 1) la *biografía* de las actrices y del director, así como su relación con la variante del español hablada en México; 2) las declaraciones extrafilmicas tanto de la actriz que interpreta a Emilia Pérez como del director, Jacques Audiard; y 3) la banalización de la temática abordada, su territorialización y las estigmatizaciones que proyecta sobre el pueblo mexicano como consecuencia.

Lo particular de estas críticas y el hecho de que sean tan polarizadas —con personas destrozando la película y con otras saliendo a defenderla imperativamente— reside en la aceptación y legitimación que recibió el *film* en *los grandes festivales de cine*, antes de que hubiera circulado por América Latina. Lo que es más, la película fue premiada en Europa y Estados Unidos precisamente por aquellos aspectos que resultaron, paradójicamente, los más cuestionados en

América Latina: la dirección, las canciones y las actuaciones² (Filmaffinity, s/f.). En torno a este último componente de la puesta en escena, quizá el más debatido, puede afirmarse que el *starsystem* no solo sostiene al *film* —realizado por un director consagrado y protagonizado por figuras de Hollywood como Selena Gómez y Zoe Saldña—, sino que al mismo tiempo lo condena, debido al español empobrecido y desterritorializado de las actrices estadounidenses y de la intérprete española Karla Sofía Gascón, quien interpreta a Emilia Pérez. A la vez, estos diálogos se desarrollan en el marco de un guion que aborda de modo superficial y caricaturesco un tema sumamente sensible para la comunidad mexicana, como es el narcotráfico y los crímenes asociados a él, al mismo tiempo que reproduce estereotipos que mitifican mediante generalidades la región y las identidades transgénero, romantizan las problemáticas vinculadas a la búsqueda de justicia por parte de las víctimas y proponen soluciones simplistas que subestiman tanto la complejidad del asunto, como el sufrimiento que el conflicto ocasiona en la actualidad. Entre los ejemplos más citados de estas críticas en Internet, hay algunos fragmentos que se hicieron virales y en los que queda expuesto el español hablado por la actriz estadounidense Selena Gómez (Maquiciencia, 2025; Comedycentralla [@comedycentralla], 2025; cricrivoz [@cricrivoz], 2025). En ellos, la actriz no solo emplea vocablos ajenos al sociolecto mexicano —e incluso a cualquier variedad latinoamericana—, sino que los pronuncia con una entonación que por momentos resulta ininteligible para un hablante nativo. En efecto, es probable que haya sido ese español casi inentendible el que desató toda la crítica, no solo por el marcado acento norteamericano con el que la actriz se expresa durante todo el film, sino por la falta de justificación narrativa de dicho rasgo. Además, ha circulado en redes sociales la versión de que se habría utilizado inteligencia artificial para corregir su pronunciación (Rodríguez, 2025; Ríos Arbeláez, 2025; Torres, 2025).

La divergencia de opiniones probablemente se relacione con dos fenómenos señalados en redes sociales: por un lado, el hecho de que, para quienes no hablan español, el guion no resulta tan inverosímil al leerse con subtítulos (Patino, 2024); y por otro, la diferencia temporal en los estrenos, dado que la película se presentó mucho antes en Europa que en México, lo que hizo que la

2 Los premios que el film recibió hasta el momento son: en "29 Satellite Awards (International Press Academy)" resultó ganadora de Mejor banda sonora (Clément Ducol, Camille) y Mejor canción (Clément Ducol, Camille "Mi Camino"). En Premios Image (2025) - Películas de 2024 ganó el premio Mejor película internacional. En los 30 Critics Choice Awards (Ceremonia 07 febrero 2025) ganó: Mejor actriz secundaria (Zoe Saldña), Mejor canción (Zoe Saldña, Karla Sofía Gascón, Camille "El Mal") y Mejor película de habla no inglesa. En los 31° Premios del Sindicato de Actores (SAG) 2025 sacó Mejor actriz secundaria (Largometraje) (Zoe Saldña). En el 37 Premios del Cine Europeo EFA - Año 2024 ganó: Mejor película, Mejor dirección (Jacques Audiard), Mejor actriz (Karla Sofía Gascón), Mejor guion (Jacques Audiard), Mejor montaje (Juliette Welfling). En el 77 Festival de Cannes 2024 (14-25 mayo) ganó: Mejor actriz (Adriana Paz, Zoe Saldña, Karla Sofía Gascón, Selena Gómez) y el Premio del Jurado. En "39 Premios Goya (2025)" ganó Mejor película europea. En "Premios BAFTA 2025 (Academia de cine y TV británica) Ceremonia: 16 febrero" ganó Mejor actriz secundaria (Zoe Saldña) y Mejor película en habla no inglesa. En "82° Globos de Oro (2025) - Películas del 2024" ganó: Mejor película - Comedia o musical, Mejor actriz de reparto (Zoe Saldña), Mejor canción original (Clément Ducol, Camille, Jacques Audiard "El mal") y Mejor película de habla no inglesa. En la 97va edición de los Oscar (2025) ganó: Mejor actriz de reparto (Zoe Saldña) y Mejor canción (Clément Ducol, Camille, Jacques Audiard "El Mal").

mayoría de las reacciones latinoamericanas llegaron después de los premios. Estas dos circunstancias nos invitan a preguntarnos: ¿desde dónde miramos?, ¿por qué no reconocemos esos rostros reconocibles como propios? Propongo ahora recuperar la dimensión sonora del rostro, casi como una filtración que busca interrumpir el régimen de *visibilización* (Silvestri, 2019): ¿desde dónde escuchamos?, ¿por qué no escuchamos esas voces como propias? Porque no se trata simplemente de buenas o malas actuaciones, ni de biografías más o menos legítimas, sino de lugares de lectura; porque parece que, ni para todos ni en todos los contextos, los objetos más globalizados del cine —como los rostros de Hollywood— significan lo mismo.

2. CONSIDERACIONES TEÓRICAS: SOBRE EL ROSTRO DEL STARSYSTEM EN PRIMER PLANO

Las críticas vinculadas a los sociolectos de las actrices, que no solo recaen sobre Selena Gómez, sino también sobre la española Karla Sofía Gascón e incluso sobre Zoe Saldña —también estadounidense, aunque logra hablar un español más latino por sus raíces dominicanas— propone pensar el modo en el que se compromete la *biografía* de las actrices principales en su trabajo actuarial. Probablemente, no solo por el hecho de que ninguna de ellas es mexicana ni habla como tal, sino porque no hay actrices mexicanas con papeles protagónicos, lo que desató cuestionamientos por parte de la industria local mexicana. En este sentido es que tanto la puesta en valor como las críticas que el *film* suscita se vinculan directamente al *starsystem*, dispositivo comercial que fundó y explotó el cine de Hollywood, cuya lógica de identificación se asienta en los mecanismos perceptivos de quienes espectamos, cuando fusionamos al actor con el personaje, cuando nos deslumbramos no solo por su trabajo, sino por su vida (Martín-Barbero, 1991). Esta situación se constata en la continua producción de *reality shows* sobre celebridades, que desde *The Osbournes* (2002-2005) —primer formato de este tipo que salió en MTV en 2002³— hasta la fecha se siguen realizando con relativo éxito.

Explica Martín-Barbero (1991):

La indistinción entre actor y personaje producía un nuevo tipo de mediación entre el espectador y el mito. Mediación que tenía en el espacio de la pantalla un dispositivo específico: el primer plano, con su capacidad de acercamiento y de fascinación, pero también de difusión y popularización del rostro de los actores; y fuera de la pantalla tenía en la prensa un dispositivo efficacísimo de referenciación y traducción del mito en valores y pautas de comportamiento cotidianos. (p. 160)

³ The Osbournes tiene 4 temporadas y 52 capítulos que salieron por primera vez al aire entre 2002 y 2005, con los índices más altos de audiencia del canal.

Para desarmar el apartado anterior volvemos un poco para atrás; desde que la industria cinematográfica genera dinero lo hace a través de la globalización del afecto que suscita una estrella de cine, es desde aquí que Martín-Barbero (1991) plantea que la cultura burguesa de Hollywood se universaliza con el *starsystem*. Ya que, de este modo, el público mayoritario de cine que provenía de las clases trabajadoras adquirió una complicidad y una identificación con la subjetividad burguesa, reafirmando sus valores. Esto acontece mediante el sistema de estrellas propuesto por Hollywood, que produce un trasvasamiento de la pantalla a la vida cotidiana —la fusión entre actor y personaje—; es así que podemos pensar que la necesidad actual del cine de hipermediatizarse —que ni es tan nueva, ni está arraigada exclusivamente a las redes sociales— también se produce concretamente en el rostro —imagen y voz— y, por ende, mediante el Primer Plano (PP) —mecanismo cinematográfico que lo jerarquiza.

Dado que Hollywood no solo creó un público para sus películas que pudiera representar la identidad norteamericana para su propia nación, “sino que se convirtió en un canal excepcionalmente poderoso a través del cual se exportaba *la idea de América* a los públicos de otros países” (Mulvey, 2021, p. 29), el *starsystem* ha sido un canal para naturalizar lo ideológico, lo cultural, lo sociohistórico en la internacionalización de los valores burgueses. Es así que, si como dice Barthes (1999) el mito se vuelve inocentemente una generalización aleccionadora, resulta interesante entender cómo sucede en el cine, para ver qué fue lo que sucedió —lo que falló y triunfo— en *Emilia Pérez*.

En “El cine y el lenguaje mitológico”, que se encuentra en *La semiósfera III*, Iuri Lotman (2000) parte de la base de que, “el mito nos conduce a un mundo donde reinan los nombres propios” (p.133), en tanto, su uso está restringido a quien conoce ese nombre que no indica algo del objeto, sino que es el mismo objeto; es decir, “el nombre propio no se percibe como un signo capaz de separarse de lo designado, sino como una inseparable propiedad de sí” (Lotman, 2000, p.133). De la misma manera que para quienes vimos el film en cuestión, Emilia Pérez es Karla Sofia Gascón y, entonces, no podemos pensar en una actriz que interpreta un personaje, por un lado, y una persona que por otro tiene opiniones con las que podemos no acordar, o como en este caso, son ofensivas hacia la comunidad latinoamericana (Mora, 2025; Redacción LAVOZ, 2025; Redacción MDZ Show, 2025). Esto se profundiza en relación al cine ya que, para Lotman (2000), el nombre propio del lenguaje cinematográfico es el retrato fílmico; proceso que se sostiene en dos aspectos, por un lado, en el primer plano —donde el rostro conocido en profundidad produce un efecto de familiaridad— y, por otro lado, en que el vínculo entre espectador-personaje se afirma en el conocimiento de la vida personal o privada que se tiene del actor.

En primer lugar, el cine no sólo ofrece invariablemente un gran número de cuadros-retratos —la posibilidad de los primeros planos. El primer plano en el cine se asocia involuntariamente con el examen a muy corta distancia en la vida real. Pero el examen de los rostros humanos desde muy corta distancia es característico o del mundo infantil o bien de un mundo muy íntimo. Ya con esto el cine nos traslada a un mundo donde todos los personajes —tanto amigos como enemigos— tienen con el espectador relaciones de intimidad y de conocimiento de cerca y en detalle, conocimiento que incluye no sólo una idea de los rasgos del carácter, sino también una visión directa del dibujo de las venas y las arrugas del rostro. En segundo lugar, en el cine el espectador —en una medida mucho mayor que en el teatro— ve no sólo el rol, sino también al actor. En la pantalla no sólo observa al personaje de la cinta dada, sino también el rostro del actor que él conoce bien por otros filmes y por los primeros planos de los mismos. Bajo un nuevo maquillaje y en un nuevo papel, reconoce una apariencia conocida, y lo que estorba en el teatro, en el cine, por el contrario, entra en la esencia de la percepción. El sentimiento de familiaridad, de que esta persona es conocida nuestra, nos traslada a un mundo donde todas las relaciones son íntimas por principio: el mundo del mito. (Lotman, 2000, p. 134)

En este sentido, podemos decir que es a través del *rostro*, en específico de su retrato filmico, que el cine se transmediatiza pues ha sido la herramienta para la producción de una cultura global y lo que media entre la mitificación y el espectador. En efecto, en *Emilia Pérez*, el rostro es causa y también consecuencia de la hipermediatización, es motivo de reproducción de valores hegemónicos, y es causa de la resistencia a los mecanismos que los arrojan como generalidades, es lo que lo pone en escena al film, y lo que a la vez lo pone en el centro del escarnio latinoamericano. Es por ello que el régimen de percepción que privilegia la visión por encima de los demás sentidos —conocido como oculo-centrismo— resulta insuficiente para analizar este fenómeno, pues la imagen, más fácilmente asimilable que el sonido, no logra dar cuenta de la complejidad del caso. En esta geolocalización, desde el locus de enunciación que orienta este trabajo, dicho régimen no alcanza.

Por esta razón, aun considerando “la fuerte raigambre histórica que sostiene el sentido de la vista en los modos occidentales de producir conocimiento” (Prado, 2022, p. 86) —sin excepción del cine, ya que es usual afirmar que “resulta obvio que el ojo es el órgano privilegiado del cine” (Mulvey, 2021, p. 29)— parece lógico afirmar que: “la voz es cuerpo del emisor” (Fernández, 1994, p. 38), como así también, “si se percibe una voz, se percibe en el oído interno, es decir, *adentro* del cuerpo receptor” (Fernández, 2021, p. 68). Y si bien, las mediatizaciones con sus particularidades tecnológicas —en registro y reproducción— han separado al rostro de la voz, y, a ambos del cuerpo, “lo audiovisual se presenta como un sistema de equilibrio entre ambas mediatizaciones extremas y no solo como una convocatoria a la naturalidad (Fernández, 2021, p. 68).

2.1. ¿Cómo suena un rostro?

Tal es la importancia del sonido en el cine que, con la llegada de su etapa sonora, el medio audiovisual experimentó profundas transformaciones en las tramas, en las historias, en las tecnologías de grabación y reproducción, e incluso en el mismo *starsystem*⁴. Lo que introdujo esta tecnología, entre finales de 1920 con algunas experimentaciones y principios del '30, ante todo, fue la voz de los personajes en primer plano y sincronizada con la imagen. Tiempo después se introdujo un segundo plano sonoro para el fondo, para dar espacialidad a la voz y eliminar los ruidos del micrófono que entorpecieran la edición de los diálogos (Bühler & Neumeyer, 2010). Es decir que el cine sonoro nació *vococentrista* (Chion, 1993), y lo sigue siendo, aun cuando ya entre el '40 y el '50 la banda sonora se dividió en los tres componentes que conocemos hasta hoy: voces, música y efectos especiales (FX). Es por esto que diálogo y rostro como elementos del retrato filmico, es decir, imagen y sonido —desde el cine sonoro para aquí— son perceptivamente indisolubles en el cine y nos remiten, ambos, a la biografía del actor y la actriz. Así, desde una perspectiva audiovisual, al pensar el primer plano como un mecanismo de jerarquización tanto del rostro filmico —la cara de la actriz o el actor— como de los diálogos —la voz de la actriz o el actor—, cabe preguntarse: ¿dónde más estaría la voz, si no en el rostro?⁵

Esto hace pensar que, paradójicamente, bajo las reglas del sistema de estrellas —y si de películas hablamos—, podemos soportar ver siempre los mismos rostros, las operaciones estéticas visibles sin justificación en la trama, el bótox en una película de época, las *blackfaces* y *whitefaces*, los maquillajes excesivos e incluso un guion inverosímil; pero frente a la voz, aparentemente, se prefiere la verdad.

A sabiendas de que el casting de *Emilia Pérez* no es una decisión arbitraria sino más bien una intención de producción, de acuerdo a los comentarios que el director le proporcionó a la crítica (Guadarrama, 2025), podemos pensar que fue desde un oculo-centrismo imperante, que por priorizar la imagen se olvidaron de los potenciales efectos de sentido del sonido de quien especta. Y que, de igual manera, sobre la biografía de las actrices que le vienen bien a la película, los aspectos del *starsystem* que las vuelven mediática resultan incompatibles con los que se expresan concretamente en la película, cuando se traducen en la voz de un personaje.

El proceso de hipermediatización de esta película, puso en escena una

⁴ Actores y actrices que habían triunfado en la época silente de Hollywood perdieron su protagonismo en el cine sonoro, algunos por negarse a adaptarse y otros porque se vieron imposibilitados para hacerlo; como así también otros ganaron gran protagonismo.

⁵ Inclusive considerando la diferenciación entre cara y rostro formulada por Finol (2022), para el cual la cara se transforma plenamente en un rostro, cuando no solo intervienen las características físicas y las relaciones faciales, sino también los movimientos y gestos que adquieren significados específicos en contextos históricos, sociales y culturales.

problemática larga y extendida para los espectadores no hablantes del inglés. Sobre este punto, resulta interesante considerar las palabras del director de *Parasite* (Bong Joon-ho, 2019), primera obra en lengua no inglesa en ganar el Oscar a mejor película. Cuando fue nominado a los premios de la Academia, el director reflexionó: “Podemos decir que, gracias a Internet, las redes sociales y los servicios de *streaming*, la sociedad en su conjunto está experimentando menos de esas barreras del lenguaje, y quizás *Parasite* se benefició de esa tendencia global” (Cha, 2020). Del mismo modo, al recibir la estatuilla a mejor película, se dirigió a un público mayoritariamente estadounidense y afirmó: “Una vez superada la barrera de los subtítulos, descubrirán películas maravillosas” (Ojeda Briceño, 2020).

3. DISEÑO DE UNA PROPUESTA METODOLÓGICA

Para comprender los efectos de sentido de *Emilia Pérez* que generaron la disputa territorializada y para responder a los objetivos planteados —examinar el retrato fílmico, analizar la interacción entre puesta en escena y expectativas territoriales, y valorar la circulación transmedia— este trabajo combina un análisis textual de la obra —con particular detenimiento en la construcción de los personajes y el espacio— con un análisis contextual —en torno a las discusiones que abrió el film en lo extra-fílmico.

Para, además, comprender la producción de sentido en el film y las razones de su desacreditación en Latinoamérica, son toman en consideración algunas de las repercusiones que la película tuvo en las redes sociales, que se encuentran en el centro de la polémica. Mientras los factores sociales externos al cine afectan las estructuras y convenciones del universo en el que vivimos, el cine, como señala Laura Mulvey (2021) ha desempeñado un papel importante en volver más eficiente la cultura dominante; al reforzarla y reciclarla. En consecuencia, para entender el modo en el que funciona esta obra particular en el entramado social, resulta necesario indagar en su narrativa, puesta en escena y banda sonora, abordando también aspectos históricos y sociales. Se busca así evitar un binarismo teórico que polarice la teoría del espectador con la teoría del público, el análisis de cine con el análisis de las películas. En este sentido Mulvey (2021) plantea:

Debería ser posible encontrar, entonces, una forma de entender al «público» como entidad social, del mismo modo que estudiamos al «espectador» como sujeto psicológico. Las preguntas que provoca la idea del «público» tienden a quebrar el aislamiento del cine y socavar el privilegio del que gozaban sus aspectos específicos, y que han sido tan importantes para la teoría espectral. El público de cine puede compararse con otros «públicos», y siempre cabe estudiar el cine en el marco de más amplias estructuras económicas e industriales del entretenimiento de masas en distintos períodos de la historia. (p. 28)

De esta manera, se irá intentando comprender —desde el análisis del film, por un lado, y uno más sucinto de sus repercusiones— la forma en la que funcionan los elementos del lenguaje cinematográfico en esta obra. Esta metodología permite abordar la película no solo como objeto estético, sino como nodo en una red discursiva que combina elementos textuales y repercusiones sociales. A continuación, se aplican estas herramientas al análisis de secuencias de *Emilia Pérez*.

4. EL ANÁLISIS DEL FILM

Parece ser que unos de los modos que encontraron, quienes realizaron la película, para pedir disculpas al pueblo mexicano, pero a la vez justificarse y, por ende, no aceptar que se haya cometido algún error, es que la historia que se cuenta en el film podría haber pasado en cualquier lugar; es decir, México es simplemente un decorado para una historia universal (*The Hollywood Reporter*, 2017, 5m39s). Varias preguntas suscitan estas declaraciones, por un lado, me pregunto ¿si cuando se habla de cualquier otro lugar se refiere a esto literalmente, o más bien se está pensando en cualquier lugar del llamado tercer mundo; un lugar del sur global, empobrecido y atravesado por violencia, como resultado de órdenes geopolíticos que protegen a los poderes globales? Entonces, ¿el espacio en este *film* es irrelevante?, ¿cómo funciona en la película todo aquello que hace referencia a México?, ¿qué importancia tiene en el cine la cultura de un territorio?, ¿se podría haber escrito esta historia para cualquier otro país *subdesarrollado* (en términos de la cultura dominante)?

El análisis por secuencias que sigue a continuación examina cómo la narrativa, la puesta en escena (luz, actuación, espacios, cámara) y la banda sonora (diálogo, entonación, acento, músicas) se entrelazan con las biografías públicas de las intérpretes y con los estereotipos territoriales, generando tensiones entre una representación globalizada y las demandas de las audiencias latinoamericanas. Comprender el fenómeno en su totalidad no implica únicamente atender a lo que se dice del film, sino también observar su materialidad cinematográfica, porque es allí, en ese entramado, donde —como se mencionó previamente— se configura el rostro filmico como nodo central del funcionamiento del *star-system*, en tensión con los hechos históricos y la situación latinoamericana. Al mismo tiempo, es preciso reconocer que resulta inabarcable abordar en su totalidad todas las aristas que permiten advertir efectos de sentido; quedan por fuera aspectos de la realidad mexicana, desarrollos teóricos sobre el rostro y también, por ejemplo, la película satírica realizada en México como respuesta a *Emilia Pérez*, casi inmediatamente después de su estreno.

4.1. Sobre el inicio del film

La primera imagen del film presenta un acercamiento a un grupo de mariachi que, aunque vemos tocar, no se escucha; salvo por unos segundos y en

segundo plano. El primer plano sonoro lo ocupa la primera canción del *sound-track* de la película (Ducol & Camille, 2024), *Subiendo- parte uno*, cuyo fragmento se reproduce en otras partes del *film* a modo de motivo sonoro; de hecho, el *soundtrack* cuenta con cuatro versiones de esta canción: una instrumental y las restantes compuestas por los mismos cinco versos, con modificaciones en su ejecución. Tras la aparición de los mariachis, la imagen funde en negro y, luego, mediante un fundido encadenado, da paso a la vista de una ciudad sobre la que aparecen los créditos iniciales y las casas productoras de la película. En simultáneo, escuchamos una musicalización inspirada en el cántico típico de los compradores de chatarra, un sonido inconfundible para quienes habitamos el continente latinoamericano. Desde el inicio, el *film* anuncia su intención de construir un musical a partir de sonoridades cotidianas, integrando elementos de la diégesis en la creación de una musicalidad territorializada; al entender que “la musicalidad —una organización artística del sonido— se extiende más allá de la música de una película hacia la banda sonora en su conjunto”⁶ (Buhler & Neumeyer, 2010, p. 35). Inmediatamente después, la fuente del sonido aparece en pantalla: una camioneta con un altavoz que recorre las calles, observada desde la ventana de un piso alto por quien, intuimos, será la protagonista del *film*. Esta elección visual sitúa el espacio narrativo en un barrio no-rico, no-sofisticado, no-elegante; los decorados no evocan el primer mundo, sino un entorno popular y verosímelmente latinoamericano.

En su departamento y mirando por la ventana está Rita Mora Castro, interpretada por Zoe Saldaña, que es descripta casi inmediatamente en una seguidilla de planos por los cuales entendemos que es una abogada que vive en un humilde departamento, y que está trabajando en un caso en el que una mujer fue asesinada violentamente. Cuando recibe una llamada telefónica, descubrimos que es empleada del abogado principal del caso, y que su tarea consiste en garantizar la impunidad del asesino.

A nivel formal, es interesante analizar este comienzo porque anticipa la estructura del *film* en su conjunto, donde se advierten recursos del cine clásico que dialogan con recursos de un cine más autoral. Lauro Zavala (2023) ha llamado a este tipo de secuencias como propias del cine posmoderno. Para el autor: “El inicio posmoderno es al mismo tiempo clásico y moderno; cerrado y abierto; contiene rasgos tradicionales y rasgos experimentales; resuelve los enigmas narrativos y al mismo tiempo plantea nuevos enigmas” (Zavala, 2023, p. 195). En la primera escena de *Emilia Pérez* ya se anuncia el tipo de historia —un drama musical atravesado por un clima de violencia—, se sitúa el lugar de la trama con planos generales —una ciudad y un barrio popular— y se describe a la protagonista —una abogada que se llama Rita y no es rica, que ocasionalmente defiende criminales, es inteligente y no le gusta su trabajo—. Esto se

⁶ El original: “musicality— an artful organization of sound— extends beyond a film’s music to the sound track as a whole” (Bühler & Neumeyer, 2010, p. 35).

contrasta con un montaje más expresivo —autoral en tanto se toman licencias plásticas que no se condicen con la diégesis—, por ejemplo, la película es un musical que transcurre en México y nunca se escucha ni ranchera, ni corrido, ni norteño, ni mariachi, ni ningún otro estilo musical propio de la región, aunque hayamos visto a un grupo de mariachi inaugurando el film.

Imágenes 1, 2 y 3. La presentación de Rita, el personaje principal



Fuente: Cortes propios de la película *Emilia Pérez* (2024).

Ya desde el comienzo, entendemos que la trama abordará temas violentos y problemáticas sociales, como un femicidio, así como cuestiones de clase, en tanto la abogada “inteligente y pobre” hace cualquier cosa para sobrevivir. Hasta este momento parecería que esto representa una contradicción en el personaje, y que es una motivación para dejar de realizar trabajos que encuentra inmorales; pero a medida que avanza el relato, Rita —ya acomodada profesional y económicamente— decide continuar viviendo gracias al dinero del narcotráfico y con el beneplácito del poder que esos vínculos le proveen.

En el alegato que Rita escribe para conseguir que se dicte la inocencia del cliente de su firma, se introducen nociones que serán posteriormente reafirmadas en la trama, sobre la historia particular, pero también sobre el contexto en el que se ve inmersa. Por un lado, *El alegato* (Zoe Saldaña), tercera canción de la película, habla de violencia, amor y muerte, poniendo en vinculación los tres conceptos que serán centrales para el desenlace de la historia; pero también enuncia que hay *justicia que se compra* y *veredictos pagados*, todos temas que hacen alusión a características sociales del espacio de la película, en tanto estas afirmaciones aparecen describiendo un lugar que, hasta ahora, identificamos

como México. El espacio en el cine se construye, no sólo como marco geográfico que proporciona un verosímil subordinado a las narraciones, sino como una *práctica espacial* que propicia vías de entrada a una cultura afectiva en las que las biografías filmicas permiten imaginar relaciones con el espacio filmico, extrafilmico y con el pasado (Depetris Chauvin, 2019). La canción *El alegato* cierra así:

Cuando hablamos de violencia
 Hablemos de compasión
 Hablemos de nuestros muertos
 Hablemos de nuestras sombras
 Acojamos nuestro mundo (La derroca de la mala fe)
 Cuando hablamos de violencia (Su señoría)
 Abramos el corazón (Viva el triunfo del amor)
 Amemos a las mujeres, perdonemos a los hombres (De la inocencia)
 Abracemos la miseria (La derroca de la mala fe)
 La miseria

Esta canción parece expresar un punto de vista, aunque todavía no queda claro si corresponde al personaje o al film; pero, si aún persisten dudas sobre la representación que la película hace del espacio en el que ocurre la historia, cuando logran dejar en libertad al asesino de la mujer que vimos en fotografías al comienzo del film, el jefe de Rita afirma: “mi cliente ni yo dudamos ni siquiera un segundo de la justicia de este país” (*Emilia Pérez*, 2024, 9m, 41s). Esta extraña oración a nivel gramatical problematiza el funcionamiento de la justicia en el país representado mediante un juicio de valor, al igual que al final de la canción: “amemos a las mujeres, perdonemos a los hombres y abracemos la miseria”. El modo en el que esta idea es observable en el desarrollo de la historia ha acarreado también muchas críticas por parte de la comunidad de Latinoamérica, principalmente alrededor del concepto del “perdón”.

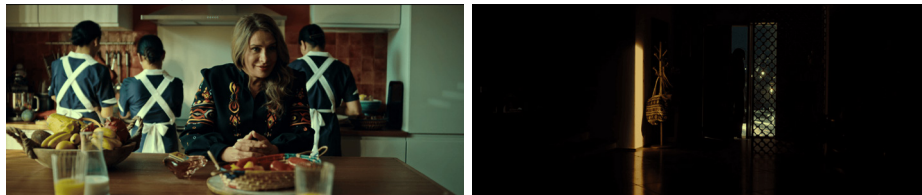
La historia continúa con Rita siendo reclutada por un temido narcotraficante, Manitas del Monte, interpretado por la actriz española Karla Sofía Gascón, que le realiza una oferta millonaria que la abogada acepta casi inmediatamente. Entonces descubrimos que Manitas quiere dejar su ilegal ocupación y convertirse en la mujer que siempre quiso ser, frente a esto Rita parece conmovida y la ayuda a dejar atrás su vida, relocalizar a su familia, fingir su muerte y convertirse en Emilia Pérez. De aquí en adelante no volvemos a saber qué sucedió con el cartel, pero lo más llamativo de este momento es el modo en el que se expone la justificación de toda la violencia que una persona como “el Manitas” ejecuta por una represión identitaria. A lo largo del film queda claro que el pasado no queda fácilmente atrás, sin embargo, en este punto, tanto la abogada como el doctor que operará a Emilia creen en la *genuina* argumentación del capo narco.

4.2. Y la vida sigue, o no...

Han pasado cuatro años: Rita es una abogada acomodada que vive y trabaja en Londres, cuando es contactada por Emilia para que la ayude a regresar a su país. Rita acepta y viaja a México junto con la familia de Emilia, que no sabe que esta solía ser El Manitas. La familia está compuesta por Jessy —Selena Gómez— y sus dos hijos. Del personaje de Jessy sabemos poco: aún no tiene motivación, ni ofrece resistencia; simplemente sufre y es llevada de un lugar a otro por la abogada de su ahora difunto esposo.

En las escenas siguientes podemos interpretar que estamos nuevamente en México, lo primero que se puede identificar es el uso del color, la colorimetría varía en relación a la utilizada en Londres o Suiza, volviéndose más cálida posiblemente por los filtros amarillos o sepías, un recurso usualmente utilizado en el cine producido por Hollywood cuando hay una escena que transcurre en cualquier país de Latinoamérica o incluso en la frontera con México. Pero también, al oír diálogos sobre el clima cálido, cuando Emilia y Rita van a puestos típicos de comida en la calle, en el decorado, accesorios y ropa de Emilia, intervenidos por lo que internacionalmente se conoce como “bordado mexicano”. Estereotipos *for export*, constatables al reconocer a estos elementos como comunes a varios países —de al menos Centroamérica—, lo que habilita a pensar al film como un *metadiscurso globalizador* (Richard, 1997) en tanto homogeneizan territorios para el consumo internacional. Esto se hace más evidente en la canción del hijo de Emilia titulada Papá, de Monterrubio y Gascón, cuando le describe el olor que le hace acordar a su padre:

Hueles como papá
 Hueles a las montañas, a cuero y café
 Hueles a la comida, picante, picante
 Huele a azúcar, a cordero en el fuego
 Al olor del motor
 Hueles también a Coca-Cola Light con limón, hielo y sudor
 Hueles como papá
 (...)
 Olía a piedrecitas calientes por el sol
 Olía a hierbabuena, a mezcal y guacamole
 Olía a los perros en los viajes en carro
 Olía a cigarro cuando nos abrazó

Imágenes 4 y 5. *México for export*

Fuente: Cortes propios de la película *Emilia Pérez* (2024).

Otro acontecimiento del film ampliamente recuperado por los usuarios de redes sociales, sucede cuando Emilia trata de convencer a Rita de quedarse a trabajar con ella en México y son interrumpidas por una madre que busca a su hijo. La mujer se les acerca con un folleto, que Emilia después guarda, para explicar que su hijo es un estudiante desaparecido. Esta escena provocó resonancias, y por ello la búsqueda de paralelismos, con un caso de la vida real que aún conmociona a la comunidad internacional. Si bien, en la película se habla de un grupo de estudiantes que desaparecen en un viaje durante noviembre de 2013 en el estado de Michoacán, y el hecho verídico, de la desaparición forzada de 43 estudiantes fue en 2014, a fines de septiembre y en el estado de Guerrero; son trazables similitudes por el hecho de que, tanto en la escena del film como en la vida real, se trata de estudiantes que se formaban para maestros de primaria, y porque a esto se suma el fuerte impacto que tiene este hecho —aún impune— para Latinoamérica en general y para México en específico.

En efecto, esta escena en particular, así como el modo en el que es tratado el tema de los desaparecidos en la película, han generado resonancias en la prensa internacional, en la prensa mexicana y en las redes sociales, razón por la cual el director del film salió a dar explicaciones (Cisneros, 2025; Sánchez, 2025; Maquicenta, 2025) que lejos de disipar las críticas, desataron una catarata infinita de reacciones. Aquí podríamos preguntarnos qué sucede con el rol de dirección, ¿se suma otro rostro del *starsystem* a la película y a su universo mediático?, el de un varón blanco y privilegiado de Europa, que, por la controversia, inundó el imaginario del film.

4.3. Ahora sí, ¿Emilia cambia de vida?

En la mitad de la película, Emilia se convierte en filántropa, con la creación de una ONG financiada por ella —y posteriormente por otros narcotraficantes—, para la búsqueda de desaparecidos. A partir de ese momento, ella se transforma en una persona reconocida e importante del país; vemos que la prensa la persigue, sale en la televisión, discute con los políticos de turno y logra que muchísimas personas la apoyen: tanto buscadoras y buscadores de familiares desaparecidos, como narcos, criminales y asesinos arrepentidos.

La descripción de la ONG sucede principalmente a través de una canción

—la vigésima tercera canción del *soundtrack* que se llama *Para* (Aitza Terán, Iván Ruiz de Velasco, y The Mexican Choir, 2024)— durante la que vemos casi exclusivamente en planos generales a numerosas personas a las que está dirigida la fundación. Pareciera que las personas que aparecen cantando en la sala de espera o haciendo fila buscan lavar sus culpas o bien, tienen a familiares desaparecidos. Sobre las decisiones formales podemos observar que todos los actores y actrices tienen rostros racializados, el estado anímico general es de una profunda tristeza, cuando dicen frases de contundente dramatismo miran a cámara —esto sucede en casi todas las canciones del film— y su voz ha sido doblada, al español, por cantantes con un acento que no es identificable con ninguna variante correspondiente a Latinoamérica. Lo mismo sucede en toda la banda de voces de la película: la sintaxis de las oraciones es por momentos desacertada y por momentos extraña. Los planos generales dan cuenta de historias comunes, con una narrativa que es general y no particular, lo que parece haber es un personaje colectivo, el pueblo mexicano. Al final de la secuencia, vemos rostros aislados, homogéneos en color y estructura, que se funden a negro.

Imágenes 6 y 7. Víctimas que se ven como víctimas



Fuente: Cortes propios de la película *Emilia Pérez* (2024).

4.4. Sobre los personajes y el espacio

Hasta este momento, Emilia Pérez permite observar una serie de cuestiones, tanto a nivel narrativo en torno a la construcción de los personajes, como en relación con el contexto sociohistórico en el que se enmarca el film, y que como fuimos viendo, es tomado de referencia.

Teniendo en cuenta el perfil de los personajes, su construcción arquetípica y psicológica, y las motivaciones que justifican sus decisiones —lo que posibilita el desarrollo de sus arcos dramáticos—, surgen algunos interrogantes. En primer lugar, sobre Emilia, un personaje que —por lo que habíamos entendido— había dejado atrás su ocupación como narcotraficante y abandonado su cartel; sin embargo, cuando es interpelada por Rita respecto de los aportantes de la ONG, plantea que solo le puede pedir dinero a la gente que conoce. Entonces, ¿ella los conoce, pero ellos no saben quién es?, ¿qué pasó con el cártel que dirige Emilia? ¿Por qué los jefes narcos, delincuentes de élite y políticos corruptos la ayudarían en su misión?, ¿ellos qué ganan? Después está el personaje de Rita que, si bien explica lo desagradable que le resultan esas personas, acepta su dinero; así como una vez lo hizo con Emilia, pero ahora sin tener la urgencia económica. De hecho, parece que es su amor y confianza ciega en Emilia —su única amiga— la llevan a olvidar las contradicciones que la inquietaban al comienzo. De hecho, hacia el final, Rita hace uso de los recursos que le proveen las conexiones con el crimen organizado, cuando contrata un grupo de matones de élite para rescatar a Emilia que fue secuestrada. De repente y sin previo aviso, la vemos absolutamente en posesión de todos los recursos y contactos de Emilia, pero entonces: ¿Rita qué quiere?, ¿cuáles son las motivaciones del personaje? ¿Rita siempre estuvo en contacto con el crimen organizado y quienes esperamos no lo sabíamos? ¿Rita cree en la fundación o simplemente está interesada en el dinero? Estas preguntas nunca quedan claras en la película.

Por último, sobre el personaje de Jessy, si hay algo que la película nunca va a resolver es la forma en la que este personaje habla —algo que se mencionó previamente en este artículo y que fue probablemente uno de los motivos principales de las repercusiones—, en tanto se expresa con una fonética incorrecta, con acento norteamericano, pero con una gramática compleja propia de un hablante de español experto. Esto genera, como se señaló en el marco teórico, una tensión entre la biografía mediática de la intérprete y la verosimilitud narrativa dictada por las expectativas culturales de la audiencia. Porque, además, la actriz habla en inglés más de una vez, y esto no está justificado por la trama, ¿si Jessy no es de México porque nadie nos lo dijo? Una de las canciones que interpreta es sobre su mundo interno, *Bienvenida*, de Selena Gómez: allí relata la fuente de su depresión mientras está sola en su habitación. Este es quizás el momento más ininteligible de los diálogos de la película, ¿por qué no canta en inglés? ¿Será que pensaron que con su ascendencia latina, visible en el nombre de la actriz, alcanzaba?

Imagen 8. *Welcome*

Fuente: Cortes propios de la película *Emilia Pérez* (2024).

Ahora bien, sobre el contexto, el film recurre a algunas inconsistencias que hacen que la trama resulte particularmente inverosímil —para quienes conocen la problemática y el territorio, por lo menos—. *Primero*, para las madres buscadoras, como para cualquier persona que emprende esta lucha, resultan extremadamente dificultosas las apariciones públicas en medios de comunicación; no solo por la falta de apoyo que reciben, sino porque su vida, una vez mediatizada, corre riesgo. *Segundo*, sobre los arrepentidos —asesinos, quienes formaron parte de un cártel o tienen información—; este tema se encuentra sumamente complejizado por las redes de control que ejercen los carteles; las personas “que se arrepienten” no callan porque no quieran, sino por las amenazas que reciben, no sólo contra su vida sino contra la de sus familiares, que son perseguidos por este entramado criminal. Las omisiones descritas simplifican un tema extremadamente complejo, lo que sugiere que detrás de ellas hay un profundo desconocimiento o una deliberada banalización del conflicto por parte de quienes realizaron la película; y esto, resulta ofensivo para quienes se ven afectados por la problemática.

Lo mismo acontece con el tema del *perdón*, que ya aparece en el alegato de Rita, y se repite en la consigna de la fundación de Emilia, cuando ella —con un acento claramente español-europeo— esgrime: “Aquí no hay culpables, no juzgamos a nadie. Por una nueva vida” (Emilia Pérez, 2024, 1h 17m 16s). Porque tanto en México como en el resto de Latinoamérica, existe una lucha activa en torno a la problemática de los desaparecidos y al modo en que deben ser tratados los victimarios. Discusiones que tienen lugar desde las dictaduras militares coordinadas tras el Plan Cóndor hasta la actualidad, con las desapariciones vinculadas al narcotráfico y la trata de personas. De hecho, si hay un tema que se ha problematizado con más o menos consenso entre los diferentes países, tiene que ver con que *el perdón* está fuera de discusión: la búsqueda es por justicia para las víctimas, la reparación y el dismantelamiento de los mecanismos —tanto nacionales como internacionales— que le dan perpetuidad a esta problemática.

Imagen 9. ¿Perdón?



Fuente: Cortes propios de la película Emilia Pérez (2024).

4.5. El infierno está empedrado de buenas intenciones

Previo al desenlace, Emilia se convierte en el centro del relato y asume el rol de nueva protagonista, especialmente cuando se enamora de Epifanía, una mujer que acude a la fundación e introduce por primera vez a una actriz mexicana con un personaje dotado de voz, nombre e historia propia. En paralelo, Jessy —la exesposa de El Manitas— retoma un antiguo romance que le devuelve la felicidad. A partir de allí, el film muestra *el descenso a los infiernos* de Emilia Pérez: al perder el control sobre su entorno, vuelve a las prácticas de su pasado criminal, ordenando golpear y amenazar al nuevo interés romántico de Jessy, además de quitarle su dinero de forma extorsiva. La violencia escala hasta que Jessy y su pareja secuestran a Emilia para pedir rescate, lo que sucede después de esto abre interrogantes debido a su cuestionable verosimilitud: ¿Por qué Rita no paga el rescate? ¿Por qué Emilia no le cuenta a Jessy que es su ex marido para salvar su vida? La tragedia culmina con la muerte de ambas mujeres, en una fatalidad más anunciada que verosímilmente ejecutada, lo que deja a Rita como heredera de todo y tutora de los hijos de las difuntas.

Para Pier Paolo Pasolini (1971),

Un personaje, en el cine, como en cualquier momento de la realidad, nos habla a través de los signos, o sintagmas vivientes, de su acción que, subdivididos en capítulos, podrían ser: 1) el lenguaje de la presencia física; 2) el lenguaje del comportamiento; 3) el lenguaje de la lengua escrita-hablada; todos, precisamente, sintetizados en el lenguaje de la acción, que establece relaciones con nosotros y con el mundo objetivo. (p. 69)

Al considerar los signos recuperados por Pasolini y los aspectos de la trama que mencionamos previamente, se piensa ahora a los personajes en vinculación con quienes espectamos, es decir, su función en relación al cine que conocemos y hemos visto. En esta línea se puede interpretar que, Jessy es una víctima total

de las situaciones, cuya inacción es tal que inclusive tras decidir secuestrar a Emilia, duda y no logra ejecutarlo. Además, está al servicio de sus dos hombres, cuya conjunción final culmina en tragedia, desencadenada por el hecho de que ella decide a último momento en favor de su “esposo”, no de su amor. Es en ese sentido que el final es una vuelta al orden, se restaura Rita como la protagonista —la mujer buena, que quiere tener hijos y no ha podido— y la familia heterosexual de buenos valores queda restablecida. En cambio, a Emilia —la mala que sigue siendo mala— se le da muerte de manera humillante en el baúl del amante de su esposa. Entonces, la víctima permanece víctima, la villana es castigada, y la mujer de las buenas intenciones se queda con el dinero y los dos hijos. Porque, quizás, Rita no es un personaje contradictorio, sino ingenuo. Hasta aquí, todo se resuelve en la vida privada de los tres personajes, pero el batacazo final del film, reside en su escena final donde Emilia, tras su muerte, es tomada por el pueblo mexicano como un símbolo de lucha y esperanza; como una santa a la que le llevan flores, le cantan canciones de alabanza y le hacen una procesión. La interpretación de la espiritualidad latinoamericana que hace la película es una caricatura, que encuentra su punto más crítico, en el hecho de que el pueblo mexicano termina venerando a uno de sus victimarios.

Imagen 10, 11, 12 y 13. ¿Qué ves cuando me ves?



Fuente: Cortes propios de la película Emilia Pérez (2024).

5. REFLEXIONES FINALES

En conjunto, las secuencias analizadas muestran que el retrato filmico — concebido como la articulación entre rostro con voz y biografía mediática — opera en *Emilia Pérez* como un punto de tensión entre las lógicas del *starsystem* y la cultura territorial, que se evidencia en la recepción del *film*. Las decisiones de puesta en escena y los elementos de la banda sonora (acento, entonación, sociolectos, música, ritmos y líricas) no solo construyen personajes y espacios, sino que también proyectan imaginarios que dialogan, confirman o contradicen estereotipos sobre América Latina. Esta configuración evidencia que el fenómeno de este *film* no puede entenderse únicamente por su relato: sus efectos de sentido son reconocibles en el cruce entre lenguaje cinematográfico, circulación transmedia y expectativas socioculturales ligadas a los rostros de *las estrellas*.

Sin embargo, en torno a la hipermediatización de este film en particular, sucede algo que llama la atención. Porque la selección de actrices protagónicas en *Emilia Pérez* no es una sorpresa, en tanto, Hollywood nos ha acostumbrado a ver películas y series de televisión —de diversas culturas y épocas— no solo frecuentemente protagonizadas por actrices y actores reconocidos, sino también habladas en inglés; ya sea que se trate de vikingos, mongoles, coreanos, celtas, romanos, griegos o africanos. Lo problemático, en este caso, podría no radicar sólo en el uso de la lengua, sino en el hecho de que este se inscribe en la pretensión de representar una identidad cultural a partir de una utilización distorsionada de un conflicto social, en una obra saturada de estereotipos. En este sentido, la polémica en torno al film puede leerse menos como una reacción aislada y más como el síntoma de las tensiones actuales entre las políticas de representación, la apropiación cultural, la jerarquización de unas culturas sobre otras en la cultura *mainstream*, y los discursos sobre diversidad e inclusión que atraviesan la industria audiovisual global.

Pero podríamos preguntarnos entonces, en relación a la polémica desatada en redes, ¿por qué ahora? ¿Por qué esta disputa? ¿Tiene algo que ver con la lucha contra los migrantes que está desatando el llamado primer mundo?, ¿con la segregación racial que sufren africanos y musulmanes en Europa?, ¿con la expulsión y estigmatización de mexicanos, salvadoreños, hondureños, venezolanos, y demás latinoamericanos, en Estados Unidos? ¿Tendrá acaso que ver con las críticas a la llamada cultura WOKE? ¿Puede tener que ver con una latente reivindicación de los derechos históricamente vulnerados?, ¿con aquello que en Latinoamérica le llamamos el derecho al buen vivir indígena?, ¿con el derecho a decidir feminista?, ¿con la igualdad de derechos por la que pugna la comunidad LGBTIQ+? ¿Será ésta una respuesta paciente, viral, comunitaria y globalizada a tanta subalternización provocada por la cultura hegemónica del Centro global?

El recorrido realizado hasta aquí permite repensar la problemática particular de esta película, mostrando que las tensiones que *Emilia Pérez* provocó son proyectables a un campo ampliado de producciones culturales. Queda pendiente pensar cómo estas disputas se advierten en otros textos audiovisuales y qué formas cinematográficas se han desarrollado para evitar quedar atrapado en los códigos hegemónicos y universalizantes de lo global. Es por esta razón que el análisis abre la discusión sobre el papel del cine globalizado en la negociación de identidades y representaciones en contextos de alta hipermediatización.

Porque, quizás detrás de todas las voces de usuarios de redes sociales indignados con la película dirigida por el francés Jacques Audiard subyace una memoria colectiva latente, aparece una especie de resistencia por parte de las comunidades más golpeadas por la derechización de la política, una sociedad agraviada y agotada mas no derrotada que dice: sigan haciendo sus películas sobre Bob Dylan o el Mago de Oz, pero déjenos a nosotras y nosotros que hablemos sobre nuestros problemas, déjenos que pongamos nuestros rostros, así no quieran mirarlos. Quizás, y solo quizás, la comunidad latinoamericana trazó un límite, y como dijo un célebre filósofo ficcional (en inglés, para que entiendan): *You shall not pass*⁷.

REFERENCIAS

- Barthes, R. (1999). *Mitologías*. Siglo XXI.
- Buhler, J. & Neumeyer, D. (2010) *Hearing the Movies: Music and Sound in Film History*. Oxford University Press.
- Cha, S. (2020). Bong Joon-ho celebra la ruptura de la “barrera del lenguaje” en los Oscar. Reuters.
- Chion, M. (1993). *La audiovisión: introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Grupo Planeta.
- Cisneros, V. (2025). Jacques Audiard reprocha ataques a Emilia Pérez en México: “Nunca se había hablado tanto sobre los desaparecidos”. *Infobae*. <https://www.infobae.com/mexico/2025/02/03/jacques-audiard-reprocha-ataques-a-emilia-perez-en-mexico-nunca-se-habia-hablado-tanto-sobre-los-desaparecidos/>
- De Lauretis, T. (1992). *Alicia ya no: feminismo, semiótica, cine*. Cátedra.

⁷ La frase: “You shall not pass!” proviene de El Señor de los Anillos: La Comunidad del Anillo, de 2001, cuando Gandalf el Gris se enfrenta al Balrog, impide el avance de la criatura y se sacrifica para permitir la huida de la Comunidad. En la cultura popular la frase representa el sacrificio y la lucha contra un enemigo aparentemente imbatible. Fuera de la película original se ha convertido en una expresión ampliamente utilizada en memes, videojuegos (Dark Souls, League of Legends, World of Warcraft) y otras expresiones audiovisuales como Los Simpson, South Park, Family Guy, Shrek Third (2007), The Lego Movie (2014), Ready Player One (2018).

- Depetris Chauvin, I. (2019). *Geografías afectivas: Desplazamientos, prácticas espaciales y formas de estar juntos en el cine de Argentina, Chile y Brasil (2002-2017)*. Latin America Research Commons.
- Fernández, J. L. (2021). Entre el rostro y la voz: mediatizaciones de la individualidad en plataformas mediáticas. *deSignis, HORS SERIE*, 01, 61-74. <https://www.designisfels.net/wp-content/uploads/2021/10/HORS-SERIE-01.pdf>
- Filmaffinity (s.f.). Premios de Emilia Pérez. *Filmaffinity*. <https://www.filmaffinity.com/es/movie-awards.php?movie-id=671326>
- Finol, J. E. & Finol, D. E. (2021). La rostrosfera: mediatizaciones entre lo analógico, lo real y lo digital. En C. Voto, J. E. Finol & M. Leone (coords.), *El rostro en el horizonte digital latinoamericano* (pp. 11-25). UNR Ediciones.
- Finol, J. E. (2022). La corposfera: Rostro y pasiones, identidades y alteridades. En Barbotto, S., Voto, C. & Leone, M. (coords.), *Rostrosferas de América Latina* (pp. 13-29). Aracne.
- Guadarrama, A. (2025). Director de *Emilia Pérez* explica por qué no eligió actrices mexicanas para su película ambientada en México. *Infobae*. <https://www.infobae.com/mexico/2025/01/16/director-de-emilia-perez-explica-por-que-no-eligio-actrices-mexicanas-para-su-pelicula-ambientada-en-mexico/>
- Lotman, I. M. (1996). *La semiosfera I*. Universitat de València.
- Lotman, I. M. (2000). *La semiosfera: Semiótica de las artes y de la cultura III*. Universitat de València.
- Martín-Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones*. Ediciones G. Gili.
- Mora, L. A. H. (2025). Acusan a Karla Sofía Gascón de ser racista tras polémicas declaraciones en redes: “El islam es una infección”. *Infobae*. <https://www.infobae.com/mexico/2025/01/30/acusan-a-karla-sofia-gascon-de-ser-racista-tras-polemicas-declaraciones-en-redes-el-islam-es-una-infeccion/>
- Mulvey, L. (2021). Diálogo intertextual y nueva teoría filmica feminista. En Colaizzi, G. (ed.), *Cine, interculturalidad y políticas de género* (pp. 27-44). Cátedra.
- Ojeda Briceño, A. (2020). *Parasite*: la cinta surcoreana que invita a vencer la barrera de los subtítulos y que arrasó en el Oscar. *El Comercio*. https://elcomercio.pe/luces/cine/parasite-la-cinta-surcoreana-que-invita-a-vencer-la-barrera-de-los-subtitulos-y-que-arraso-en-el-oscar-bong-joon-ho-parasitos-premios-oscar-2020-oscar-noticia/#google_vignette
- Pasolini, P. P. (1971). Discurso sobre el plano-secuencia o el cine como semiología de la realidad. En Metz, C., Della Volpe, G., Pasolini, P. P. & Rocha, G. (coords.), *Problemas del nuevo cine* (pp. 61-76). Alianza Editorial.
- Patino, D. (2024). Eugenio Derbez critica desempeño de Selena Gómez en la película

- Emilia Pérez. Ella se defiende. *CNN en español*. <https://cnnespanol.cnn.com/2024/12/09/entretenimiento/eugenio-derbez-critica-selena-gomez-emilia-perez-orix>
- Prado, C. (2022). Potencia Tortillera. Expresiones filosófico-políticas a partir del archivo digitalizado de la memoria lésbica en Argentina. En Cocciarini, N. & Rojo, P (coords.), *Expresiones políticas y movimientos populares de las mujeres e identidades disidentes* (81-94). Grupo Montevideo.
- Redacción LAVOZ. (2025). Los polémicos tuits de Karla Sofía Gascón: comentarios racistas, insultos a Maradona y más. *La Voz*. <https://www.lavoz.com.ar/espectaculos/cine-series/los-polemicos-tuits-de-karla-sofia-gascon-comentarios-racistas-insultos-a-maradona-y-mas/>
- Redacción MDZ Show. (2025). *Escándalo con Karla Sofía Gascón: la actriz de Emilia Pérez que escribió tuits racistas y puso en jaque su nominación a los premios Oscar*. MDZol. <https://www.mdzol.com/mdz-show/2025/2/4/escandalo-con-karla-sofia-gascon-la-actriz-de-emilia-perez-que-escribio-tuits-racistas-puso-en-jaque-su-nominacion-los-premios-oscar-1185432.html>
- Richard, N. (1997). Intersectando latinoamérica con el latinoamericanismo: saberes académico, práctica teórica y crítica cultural. *Revista iberoamericana*, 63(180), 345-361.
- Ríos Arbeláez, J. J. (2025). Así utilizaron inteligencia artificial en *Emilia Pérez* y *The Brutalist*: las nominadas a los Oscar. *Infobae*. <https://www.infobae.com/tecno/2025/02/13/asi-utilizaron-inteligencia-artificial-en-emilia-perez-y-the-brutalist-las-nominadas-a-los-oscar>
- Rodríguez, B. (2025). Eran peores las actuaciones de *Emilia Pérez* fueron mejoradas con IA. *Excelsior*. <https://www.excelsior.com.mx/funcion/eran-peores-las-actuaciones-de-emilia-perez-fueron-mejoradas-con-ia/1695526>
- Sánchez, F. (2025). Desaparecidos: una tragedia en Latinoamérica que los *Oscar* han puesto en la mira. *Los Angeles Times*. <https://www.latimes.com/espanol/entretenimiento/articulo/2025-03-04/desaparecidos-una-tragedia-en-latinoamerica-que-los-oscar-han-puesto-en-la-mira>
- Torres, S. (2025). *Emilia Pérez* usó IA: Voz de Karla Sofía Gascón fue alterada con inteligencia artificial para mejorar su interpretación de las canciones. *Tomatazos*. <https://www.tomatazos.com/noticia/emilia-perez-uso-ia-voz-de-karla-sofia-gascon-fue-alterada-con-inteligencia-artificial-para-mejorar-su-interpretacion-de-las-canciones/>
- Voto, C., Finol, J. E. & Leone, M. (2021). Presentación. El rostro digital latinoamericano: desafíos y apuestas. En Voto, C., Finol, J. E. & Leone, M. (coords.), *El rostro en el horizonte digital latinoamericano* (pp. 7-11). UNR Ediciones.
- Zavala, L. (2023). *Estética y semiótica del cine. Hacia una teoría paradigmática*. Universidad Nacional Autónoma de México.

FILMOGRÁFICAS

Audiard, J. (director). (2024). *Emilia Pérez* [Película]. Why Not Productions.

Gerwig, G. (directora). (2023). *Barbie* [Película]. Warner Bros.

Nolan, C. (director). (2023). *Oppenheimer* [Película]. Universal Pictures.

Taylor, J. (creador). (2002-2005). *The Osbournes* [Serie]. MTV.

FUENTES AUDIOVISUALES, VISUALES Y SONORAS

Comedycentralla [@comedycentralla] (2025). Cuando en cierta película dijeron “Hasta me duele la pinche vulva nada más de acordarme de ti” me imaginé algo así. ¿Ustedes no? [Imagen]. *Instagram*. <https://www.instagram.com/comedycentralla/p/DFN4xV8x28r/?hl=es-la>

Cricrivoz [@cricrivoz] (2025). Esto es solo una propuesta de cómo usar a favor nuestra industria de doblaje, tú qué opinas? [Video]. *Instagram*. <https://www.instagram.com/p/DF6XtbdP6hV/?hl=es>

Ducol, C. & Camille. (2024). *Emilia Pérez* (Original Motion Picture Soundtrack) [Álbum] Why Not Productions. *Spotufy*. <https://open.spotify.com/intl-es/album/5opMABKtxt1fp2XUzWHFWm>

Maquicenta (2025). Absolutamente TODO está MAL con Emilia Pérez: Una ofensa disfrazada de arte. [Video] *YouTube*. <https://youtu.be/mTlqa5y5yEU>

Silvestri, L. (2019). Asimilacionismo, visibilizacionismo, militancia y reforma... guarda con la reforma! - HACLO5. [Video] *YouTube*. https://www.youtube.com/watch?v=KIU71hruY_k

The Hollywood Reporter (2025). *Zoe Saldña Wins Her First Oscar: Watch Full Backstage Interview|Oscars 2025*. [Video] *YouTube*. <https://youtu.be/MR466u9rM5A?t=339>

* 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

Ana Paula Compagnucci. Doctora -candidata- en Semiótica en la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina). Licenciada en Cine y Televisión por la Universidad Nacional de Córdoba. Investigadora de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Córdoba –con beca del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (Argentina)-. Se especializó en el área de dirección en la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños (Cuba). Integrante del Comité Académico de la revista Toma Uno de la Facultad de Artes, Universidad Nacional de Córdoba. Miembro de la red Documentalistas Latinoamericanos e integrante del grupo de investigación “Transitando imágenes y territorios en la audiovisualidad de Córdoba (2010–2023): cartografías cinematográficas, dispositivos artísticos y derivas tecnopoéticas”, Universidad Nacional de Córdoba. Su investigación aborda temáticas que vinculan los estudios regionalistas sobre el cine con las teorías filmicas feministas. Como realizadora audiovisual, dirigió cortos y largometrajes independientes que abordan problemáticas sociales y modos de habitar el territorio.

MISCELÁNEAS

MISCELLANEOUS

MISCELÂNEAS

“Cara de sirvienta”

Racismo y discursos sobre los cuerpos de las mujeres negras en Brasil¹

“Face of a maid”

Discourses on the bodies of black women in Brazil

“Cara de empregada doméstica”

Discursos sobre os corpos de mulheres negras no Brasil

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4110>

► MÓNICA G. ZOPPI FONTANA

monzoppi@unicamp.br - Campinas - Universidade Estadual de Campinas - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, Brasil.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9823-0696>

► MARIANA JAFET CESTARI

marianajcestari@cefetmg.br - Belo Horizonte - Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Brasil.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4561-173X>

CÓMO CITAR: Zoppi Fontana, M. G. & Cestari, M. J. (2025). “Cara de sirvienta”. Racismo y discursos sobre los cuerpos de las mujeres negras en Brasil. *In Mediaciones de la Comunicación*, 20(2). <https://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4110>

RESUMEN

El trabajo analiza la construcción discursiva de los estereotipos de las mujeres negras en Brasil, centrándose en

la discriminación de la figura de la trabajadora doméstica a partir de la forma en que se significa su cuerpo. A partir de la teoría del Análisis del Discurso, cuyo autor principal es Michel Pêcheux (1975; 1983), en diálogo con la producción teórica de la feminista negra Lélia Gonzalez (1983), analizamos un *corpus* compuesto por textos publicados en los medios brasileños en torno a dos controversias con importante repercusión en 2013: la aprobación de la enmienda constitucional EMC 72-2013, denominada “PEC das empregadas domésticas” –empleadas domésticas–, proyecto que extendió a las trabajadoras derechos ya garantizados a otros trabajadores formales en el país, y el programa federal “Más Médicos”, que tuvo como objetivo contratar médicos para trabajar en ciudades con escasez de servicios básicos de salud. El enunciado que provoca el análisis fue la declaración que hizo una periodista en sus redes sociales sobre el programa Más Médicos: “Perdónenme si es prejuicio, pero estas médicas cubanas tienen cara de sirvienta. ¿Son realmente médicas?” Nos preguntamos cómo se construyen históricamente los significados de la denominación “cara de sirvienta”, atravesando redes de memoria en las que los cuerpos de las mujeres negras son significados (y disputados en sus significados) por los discursos de la esclavitud y de la colonización, de la construcción de la identidad nacional sustentado por el mito de la democracia racial y por los discursos de los

¹ Este artículo es una versión revisada y aumentada de un texto anterior (Zoppi Fontana & Cestari, 2014), publicado por las autoras en el contexto del gobierno de Dilma Rousseff como presidenta de Brasil. Anticipa, por lo tanto, la escalada de prácticas y discursos racistas que se apoderaron del país a partir de la campaña electoral y el gobierno de Jair Bolsonaro (2018-2022). Contó con apoyo financiero del Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) de Brasil, Beca PQ-1C, proceso 308973/2013-5.

movimientos sociales contemporáneos de las mujeres negras. Considerando que la lucha ideológica también tiene lugar en el campo del lenguaje, disputando los significantes y produciendo regímenes de visibilidad, analizamos los desplazamientos y equívocos que afectan esta denominación en las condiciones de producción y circulación de los discursos sobre las "empleadas domésticas" en el espacio público y político brasileño.

PALABRAS CLAVE: *ideología, contradicción social, racismo, resistencia, subjetivación.*

ABSTRACT

This paper analyses the discursive construction of stereotypes of black women in Brazil, focusing on the discrimination of the domestic worker. Based on the theory of Discourse Analysis, proposed by Michel Pêcheux (1975; 1983), in dialogue with the theoretical production of black feminist Lélia Gonzalez (1983), it is analysed a corpus composed of texts published in the Brazilian media around two controversies with significant repercussion in 2013: the approval of the bill EMC72-2013, nicknamed "PEC of domestic workers", a project that extended to domestic workers rights already guaranteed to other formal workers in the country, and the federal program "More Doctors", which aims to hire doctors to work in cities with a shortage of basic health services. The statement that provokes the analysis was posted on social networks by a journalist about the More Doctors program: "Forgive me if it's prejudice, but these Cuban doctors have the face of a maid. Are they really doctors?" We describe how the meanings for the designation "maid's face" are historically constructed, going through networks of memories in which the bodies of black women are signified (and disputed in their meanings) in the discourses of slavery and colonialism, of the construction of national identity based on the myth of racial democracy and of contemporary social movements of black women. Considering that the ideological struggle also takes place in the field of language, disputing the signifiers and producing regimes of visibility, we also analyse the displacements and equivocal meanings that affect this designation in the current conditions of production and circulation of social discourses about "maids" in the Brazilian public and political space.

KEYWORDS: *ideology, social contradiction, racism, resistance, subjectivation.*

RESUMO

O trabalho analisa a construção discursiva dos estereótipos de mulheres negras no Brasil, com foco na discriminação da figura da empregada doméstica a partir do modo como é significado seu corpo. Com base na teoria da Análise de Discurso, filiada às pesquisas que têm como principal autor Michel Pêcheux (1975; 1983), em diálogo com a produção teórica da feminista negra Lélia Gonzalez (1983), analisamos um corpus composto por textos veiculados nos meios de comunicação brasileiros em torno de duas polêmicas com repercussão significativa em 2013: a aprovação da emenda constitucional EMC 72-2013, apelidada "PEC das empregadas domésticas", projeto que estendeu aos empregados domésticos direitos já garantidos aos demais trabalhadores formais no país, e o programa federal "Mais Médicos", que tem como objetivo contratar médicos para atuarem em cidades com carência no serviço básico de saúde. O enunciado que provoca as análises foi a declaração nas redes sociais de uma jornalista sobre o programa Mais Médicos: "Me perdoem se for preconceito, mas essas médicas cubanas têm uma cara de empregada doméstica. Será que são médicas mesmo?" Perguntamo-nos sobre como são construídos historicamente os sentidos para a designação "cara de empregada doméstica", percorrendo redes de memórias em que os corpos das mulheres negras são significados (e disputados em seus sentidos) nos discursos da escravidão e da colonização, da construção da identidade nacional sustentada no mito da democracia racial e dos movimentos sociais contemporâneos de mulheres negras. Considerando que a luta ideológica se dá também no terreno da linguagem, disputando os significantes e produzindo regimes de visibilidade, analisamos também os deslocamentos e equívocos que afetam essa designação nas condições de produção e circulação dos discursos sobre "empregadas domésticas" no espaço público e político brasileiro.

PALAVRAS-CHAVE: *ideologia, contradição social, racismo, resistência, subjetivação.*

1. INTRODUCCIÓN

El 27 de agosto de 2013, una periodista de un importante medio de comunicación brasileño comentó en su página personal de Facebook que las médicas cubanas que habían llegado a Brasil para participar en el programa nacional Más Médicos², cuyo objetivo era contratar médicos para trabajar en zonas con falta de servicios básicos de salud, tenían "cara de empleada doméstica" (cara de sirvienta)³. En este artículo describimos la aparición y circulación de este enunciado y la polémica que causó como un acontecimiento discursivo (Pêcheux, 1990), que actualiza y desplaza significados en una red de memorias. En el marco del Análisis del Discurso, alineado con la propuesta teórica de Michel Pêcheux y Eni Orlandi como sus autores más representativos, discutimos el surgimiento y circulación de este enunciado y de la denominación "(cara de) empleada/doméstica", describiendo las filiaciones de sentido en las que se inscriben y los desplazamientos ideológicos y contradicciones producidos por su enunciación desde diferentes posiciones discursivas.

Utilizamos el concepto de memoria discursiva (Courtine, 1994) para designar las redes de filiación histórica que organizan lo decible, dando lugar a los procesos de identificación a partir de los cuales el sujeto encuentra las evidencias que sustentan/permiten su decir (Pêcheux (1988; Courtine, 1994). En este sentido, la memoria discursiva es el espacio de los efectos de sentido que constituyen para el sujeto su realidad, comprendida como la representación imaginaria (y necesaria) de su relación con lo real histórico que lo constituye.

Al definir la memoria discursiva como "un espacio de estructuración, de regularización de la materialidad discursiva compleja"⁴, Pêcheux (2016) afirma que ésta funciona como "aquello que, frente a un texto que aparece como un acontecimiento a ser leído, viene a restablecer los implícitos (...) necesarios para la lectura" (p. 263). Parafraseando al autor, podemos decir que frente a un hecho, la memoria discursiva restablece los implícitos y no dichos que le permiten al sujeto

2 Con la implementación del programa Más Médicos, en 2013, se contrataron más de 12 mil médicos de manera temporal. Los cubanos representan alrededor del 80% de estos médicos y más de la mitad de este porcentaje está compuesto por mujeres. Véase: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/brasil-debate/as-medicas-imigrantes-cubanas-e-os-preconceitos-encadeados/>

3 Aunque el caso se remonta a más de diez años, destacamos que no se trata de un hecho aislado. Sin ánimo de ser exhaustivos, mencionamos algunos hechos más recientes: en 2017, el fiscal de São Paulo, Rogério Zagallo, publicó en Facebook que un juez del Tribunal de Justicia de Amazonas tenía "carinha de fazer faxina" (carita de quien limpia) – Véase: <https://www.conjur.com.br/2017-jan-08/promotor-justica-sp-desembargadora-cara-empregada/>; ese mismo año, Miss Brasil Monalisa Alcântara sufrió ataques racistas en Internet diciendo que ella tenía "cara de empregadinha" (cara de sirvientita). Véase: (https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2018/08/24/interna_diversao_arte,701790/video-de-desculpas-de-luiza-brunet.shtml); en 2018, la modelo Luiza Brunet dijo en Instagram que una seguidora tenía "cara de empregada". Véase: (https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2018/08/24/interna_diversao_arte,701790/video-de-desculpas-de-luiza-brunet.shtml). En el contexto de Argentina, es bien conocida la anécdota del debut de la cantante Mercedes Sosa en el Festival de Cosquín, en 1965, cuando el animador del festival, al verla subir al escenario, preguntó ofensivamente: "¿Quién es esa mujer con pinta de sirvienta en medio del escenario?". Véase: <https://www.lagaceta.com.ar/nota/1068596/cultura/cosquin-abre-festival-sin-evocar-mercedes-sosa.html>

4 NdE: En adelante, salvo mención en contrario, las traducciones de las citas y ejemplos al español son de las autoras del artículo.

producir su interpretación. Para este autor, la noción de materialidad discursiva debe ser entendida

como un nivel de existencia socio-histórica (del discurso), que no es ni la lengua, ni la literatura, ni siquiera las "mentalidades" de una época, sino que se refiere a las condiciones verbales de existencia de los objetos (científicos, estéticos, ideológicos...) en una coyuntura dada. (...) Se trata de considerar que las formas discursivas en las que aparecen los "objetos" (...) están siempre determinadas coyunturalmente como objetos ideológicos; ni universales históricos ni puros efectos ideológicos de la clase, estos objetos tendrían la propiedad de ser al mismo tiempo idénticos a sí mismos y diferentes de sí mismos, es decir, de existir como una unidad dividida, susceptible de ser inscrita en uno u otro efecto coyuntural, políticamente sobre-determinado. (Pêcheux, 2016, pp. 151-157)

Analizar el funcionamiento paradójico de los objetos discursivos, atravesados por la lucha social y política que produce el sentido y los modos de interpretación, es nuestro objetivo en este trabajo. De esta manera entendemos, de acuerdo con el mismo autor, que

el significado de una palabra, de una expresión, de una proposición, etc., no existe "en sí mismo" (es decir, en su relación transparente con la literalidad del significante) sino que, por el contrario, está determinado por las posiciones ideológicas puestas en juego en el proceso socio-histórico en el que las palabras, expresiones y proposiciones se producen (es decir, se reproducen [y se transforman]). Podríamos resumir esta tesis diciendo: las palabras, expresiones, proposiciones, etc., cambian su significado según las posiciones de quienes las utilizan, lo que significa que toman sus significados en referencia a estas posiciones. (Pêcheux, 1988, p. 160)

2. ACONTECIMIENTOS DISCURSIVOS

Pêcheux (1990) define el acontecimiento discursivo como el "punto de encuentro de una actualidad y una memoria" (p. 179). Es un elemento histórico discontinuo y externo que afecta a la memoria, produciendo rupturas y desplazamientos. Así, a través del funcionamiento de la memoria en el acontecimiento discursivo, los sentidos producidos repiten y desplazan al mismo tiempo lo ya dicho, produciendo una proyección y un retorno de los procesos discursivos sobre sí mismos, reconfigurando y desestabilizando la serie de repeticiones, dando lugar a nuevas interpretaciones. Consideramos la aprobación de la enmienda constitucional llamada "PEC das empregadas domésticas"⁵ como un acontecimiento discursivo que afecta la red de memoria de los discursos de la esclavitud, de la colonización y de la democracia racial, dando lugar a nuevas posiciones discursivas y a desplazamientos ideológicos, tanto por parte del movimiento de mujeres negras

⁵ En 2013, la Constitución Federal fue reformada a través de una enmienda constitucional (EMC 72/2013) para establecer la igualdad de derechos laborales entre los trabajadores domésticos y otros trabajadores urbanos y rurales. Dos años más tarde, con la aprobación de la Ley Complementaria N° 150, fueron ampliadas las garantías previstas para la categoría, incluyendo un seguro de desempleo (FGTS) obligatorio.

y del movimiento sindical de las trabajadoras domésticas, como por parte de las entidades patronales masivamente representadas en los medios conservadores. La polémica en torno a la aprobación de la ley y su análisis ocuparía más espacio del que se dispone en este artículo⁶, sin embargo, la publicación de las declaraciones de la periodista brasileña Micheline Borges sobre las médicas cubanas que llegaron a Brasil nos ofrece en su materialidad discursiva compleja un objeto discursivo paradójico, cuyos equívocos y contradicciones condensan de manera emblemática la lucha social y política por el sentido.

Citamos a continuación las declaraciones de la periodista, publicadas inicialmente en su cuenta personal de Facebook (Imagen 1), tal como fueron reproducidas por un reconocido diario brasileño, causando una gran repercusión inmediata y originando un intenso debate en los medios de comunicación y dentro de los movimientos sociales. Es esta declaración que tomamos como punto de partida para el análisis.

Imagen 1. Publicación de la periodista Micheline Borges en Facebook recogida por el diario *Globo.com*⁷



Fuente: *Globo.com* - <https://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/noticia/2013/08/jornalista-diz-que-medicas-cubanas-parecem-empregadas-domesticas.html> - Consultado el 11/3/2025.

Esta publicación se multiplicó rápidamente en las redes sociales y fue comentada en la televisión y en la prensa. En respuesta a las réplicas indignadas de los

⁶ Sobre este tema indicamos la investigación desarrollada por las autoras sobre el surgimiento y desarrollo del movimiento de mujeres negras en Brasil (Cestari, 2015) y sobre la polémica en torno a la EMC 72/2013 (Zoppi Fontana, M., "PEC das Empregadas Domésticas". Contradicciones de clase, género y color en los discursos sobre "relaciones cordiales en el hogar brasileño", Beca PQ-CNPq, proceso 308973/2013-5; Zoppi Fontana, 2017).

⁷ Traducción de la publicación de Micheline Borges en Facebook: "Perdonen si es prejuicio, pero esas médicas cubanas tienen una cara de sirvienta. ¿Serán médicas realmente? Ufa, ¡qué terrible! Los médicos, generalmente, tienen postura, tienen cara de médico, se imponen a partir de la apariencia... Pobre de nuestra población. ¿Será que entienden sobre el dengue? ¿Y la fiebre amarilla? ¿Que Dios proteja a nuestro Pueblo!".

internautas, publicadas en su muro, la periodista aún trató de justificarse, antes de eliminar su cuenta de Facebook, expresando lo que se recorta a continuación:

Perdóneme si no piensas lo mismo que yo. Paciencia... jajajaja ¡La apariencia sí cuenta! Si llevo a una cita y me encuentro con un médico con la cara maltrecha o en una escribanía con un abogado mal vestido, me voy. Lo mismo sucede en un restaurante. Primero se come con los ojos y luego se come con la boca. ¡La apariencia del plato lo es todo!

La publicación de estas declaraciones generó polémica en las redes sociales y más allá, lo que motivó nuestro análisis: exploramos los efectos de sentido producidos por estos enunciados en esa coyuntura brasileña.

¿Qué significa tener una "cara de sirvienta" en Brasil? ¿Cómo está denominación significa en el marco del discurso sobre la alegada "democracia racial" que caracterizaría a la sociedad brasileña, configurada por la memoria de los discursos de la esclavitud y la colonización, que ocultan hipócritamente el racismo que organiza las relaciones sociales y raciales en el país?⁸ ¿Qué otros discursos disputan el significado de esta denominación hoy en Brasil? Aclaramos que centramos nuestro análisis en el funcionamiento de la denominación "cara de empleada doméstica" y su circulación en el discurso social brasileño, considerando la materialidad lingüística y visual de las enunciaciones que reunimos para componer el corpus, tomadas en su inscripción en diversas regiones de la memoria discursiva, a partir de las que se producen los efectos de sentido.

3. LAS CARAS DE LA LUCHA POR EL SENTIDO

Para comenzar el análisis, describimos dos funcionamientos discursivos de esta denominación, uno metafórico y otro metonímico, inspiradas en la propuesta desarrollada por Courtine e Haroche (2016) en su libro sobre la historia del rostro. Según estos autores, existe una tradición de estudios en la cultura occidental que toma como objeto la fisionomía, originando desde el Renacimiento una serie de tratados sobre fisionomía que relacionan el rostro con las emociones y con una codificación social de la civilidad. Para nuestro trabajo resulta de interés central retomar la reflexión de los autores, que interpretan el surgimiento de una noción de civilidad como un nuevo dispositivo de normalización y división/exclusión de los individuos en la sociedad (y sus espacios de convivencia), cuyo fundamento ya no se encuentra en un principio de sangre o herencia (como en el orden feudal aristocrático), sino en una "educación del lenguaje" (entendido en un sentido amplio: lenguaje del cuerpo, del gesto, del rostro y del verbo). En este contexto, en el que los sujetos sociales son distribuidos desigualmente en su valor y en sus

⁸ El racismo en Brasil está tipificado como un delito imprescriptible y sin derecho a fianza. A pesar de ello, como afirma Lélia González (2020), en Brasil existe un racismo por denegación, que implica el encubrimiento de prácticas racistas asociadas al mito de la democracia racial, lo que dificulta la denuncia y el castigo de los que realizan actos de racismo.

espacios por las marcas de sus cuerpos, sus gestos y sus palabras, surgen tratados que enseñan la civilidad, para lo cual se hace necesario descifrar el lenguaje de rostros y cuerpos. Los autores muestran cómo desde el siglo XVI el rostro fue escudriñado, codificado y estandarizado, tanto en su forma física como en sus expresiones, bajo el lema "el rostro habla", es decir, asumiendo que el cuerpo sería una expresión del alma, hablaría su lenguaje. La fisionomía se convirtió en el "arte del conocimiento del carácter" de las personas por los rasgos faciales. Analizando este proceso, Courtine y Haroche (2016) afirman que el rostro fue interpretado históricamente a partir de dos funcionamientos:

- *Como metonimia*: la cara es la parte *princeps* de la cabeza y la cabeza es la parte principal del cuerpo. Así, por contigüidad, es la morada del alma. "El rostro es, pues, una metonimia del alma, la puerta frágil de su morada, el acceso –como una ventana entreabierta– a través del cual contemplarla, pero a través del cual también puede aparecer de repente el camino de las pasiones" (p. 39).
- *Como metáfora*: además de estar cerca del alma, el rostro es también su reflejo, su espejo. El rostro es la metáfora del alma, su condensación, su "cuadro resumido". La fisionomía, al inscribir el rostro en el *orden del lenguaje*, describe y codifica en él sus operaciones y signos fundamentales: las llamadas figuras. "Es en este sentido que el rostro es la *figura del alma* y la fisionomía el repertorio de un lenguaje de figuras" (p. 40).

Volvamos entonces a la denominación. En su funcionamiento metonímico, la expresión "cara de empleada doméstica" hace referencia explícita a una parte del cuerpo humano, cara = rostro⁹. Así, la expresión alude a marcas en el cuerpo que identificarían/caracterizarían a las trabajadoras de forma homogénea. Habría una "cara de sirvienta" que permitiría la identificación social de un colectivo de sujetos, al atribuirles un lugar definido en las relaciones de clase-raza-género. Se observa así un deslizamiento de sentido que conduce desde el cuerpo humano biológicamente significado (sus rasgos físicos) al cuerpo socialmente significado (su función/lugar en la sociedad). La fuerza de la expresión viene dada por el efecto de preconstruido, es decir, porque la denominación se presenta en el enunciado como un elemento que remite a "una construcción previa, externa e independiente", que irrumpe como efecto de evidencia de lo que "todos saben" y lo que "todos ven" (Pêcheux, 1988). La evidencia de los sentidos ya estabilizados imaginariamente para significar el rostro/cuerpo de las trabajadoras es el resultado ideológico de la construcción histórica de un cuerpo estereotipado negativamente, que surge de la imbricación de rasgos que se refieren al orden racial (textura del cabello, color de

⁹ Cabe señalar que en el portugués brasileño hay denominaciones que se construyen con la expresión "cara de" más un sustantivo o adjetivo, como en las expresiones idiomáticas "cara de tacho" y "cara de pau" –ambas traducidas como "caradura, sinvergüenza"–. En este artículo exploramos los efectos de sentido producidos por la denominación a partir de su forma lingüística y de su circulación histórica e ideológicamente determinada.

la piel, forma del cuerpo), cultural (tipo de peinado, vestimenta, postura, gesto), social (marcas de clase en la ropa, en el habla) y de género (al reducir el trabajo doméstico a una profesión ejercida exclusivamente por mujeres: "As empleadas domésticas").

Con nuestro gesto de análisis objetivamos justamente cuestionar la evidencia de lo que sea y lo que signifique una "cara de sirvienta", inscribiendo esta denominación en una

compleja red de sentidos, que hablan del cuerpo en relación con ciertas prácticas socioculturales, comportamientos, lugares, profesiones, (...) en un movimiento de (re)constitución, (re)formulación y circulación de la significación, a partir de la tensión entre la repetición y el desplazamiento de los enunciados. (Zoppi Fontana & Silva-Fontana, 2023, p. 62)

De esta forma, analizamos la estabilidad de los estereotipos, que producen un efecto de fijación y homogeneización de los discursos dominantes, lo que nos lleva a aproximarlos al efecto de preconstruido, definido por Pêcheux (1988).

Esta conexión con el efecto de preconstruido se hace productiva cuando pensamos en el estereotipo como el resultado de un conjunto irrecuperable de acontecimientos enunciativos irrepetibles que produce como efecto la cristalización y fijación de significados al proyectar la repetición de los mismos, lo que borra los enfrentamientos entre formaciones discursivas diferentes e incluso antagónicas a lo largo de la historia. (...) Desde esta perspectiva, no hay cristalización del sentido, sino un efecto de fijación y de evidencia del sentido de los objetos discursivos mediante el ocultamiento de los embates ideológicos y de la historia. (Cestari, 2015, pp. 187 y 188)

En nuestro corpus, la expresión "cara de empleada" también significa la posición de quienes la enuncian, al actualizar una memoria discursiva en la que el cuerpo femenino negro se constituye dentro del marco de una cierta mirada determinada por los discursos fundacionales de la racialización, la colonización y la brasilidad (Cestari, 2015; 2023). Por lo tanto, consideramos que lo que se ve es producido como evidencia ideológica por efecto de preconstruido (Cestari, 2023). Subrayamos la relación desigual de fuerzas entre quienes pueden mirar, decir y significar un cuerpo determinado (Silva-Fontana, 2021; Zoppi Fontana & Silva-Fontana, 2023; Cestari, 2023), y reconocemos que "en las condiciones de producción de la colonización, [hay] un silenciamiento constante de aquellos sujetos que son mirados, descubiertos, dichos" (Silva-Fontana, 2021, p. 55). En otras palabras, los estereotipos raciales y de género son producidos por la exotificación del Otro y la racialización de su cuerpo en el colonialismo, con el fin de significarlo como un cuerpo sin mente, un objeto sin agencia (Cestari, 2015)¹⁰. Al

¹⁰ Mbembe (2018), inspirado en Franz Fanon, afirma que "la mirada blanca" participa en un "litigio sobre el pedazo de humanidad del 'tercer', (...) en última instancia, la sustancia del racismo colonial" (p. 198).

mismo tiempo que se construye un cuerpo-otro (Silva-Fontana, 2021), la mirada de quien lo dice "constituye una posición como masculina, blanca, heterosexual y, a veces, colonialista" (França, 2018, p. 30), aun cuando oculte esta posición.

Esta división de la enunciación y de la mirada está en la base de la confrontación entre las posiciones que analizamos y en la lucha que libran las mujeres negras por resignificar los estereotipos no sólo como modo de intervención en los regímenes de visibilidad de sus cuerpos, sino principalmente por el reconocimiento de la relación entre representación y política. La depreciación sufrida por medio de la denominación "cara de sirvienta" que le es dirigida, "produce un reconocimiento negativo que pone en su lugar a la persona cuestionada" (Modesto, 2018, p. 136, énfasis añadido). Al fin y al cabo, lo que está en disputa es que ciertos cuerpos históricamente destinados a ocupar ciertos lugares sociales por el racismo y el sexismo de la cultura brasileña (González, 2020) ocupan otros; y que los lugares reservados para los blancos también están siendo actualmente ocupados por mujeres negras.

En su declaración inicial, la periodista Micheline Borges no explica lo que sería una "cara de sirvienta", no hay ni una descripción ni una definición, solo una relación de sinonimia con la palabra "apariencia". Solamente al ser cuestionada por los internautas en los comentarios a su publicación, la periodista avanza algunas precisiones, en la forma de adjetivos o predicativos: "despeinada", "en chinelas", "sin lavarse la cara", "cara maltrecha", "mal vestida". Sin embargo, estas especificaciones no verbalizan los sentidos de discriminación racial embutidos en su declaración, los que fueron inmediatamente entendidos por el público lector. Por ejemplo, en la caracterización caricaturesca (Imagen 2) y en el recorte del artículo periodístico que citamos abajo (Redacción Globo.com, 2013), esa interpretación aparece de forma explícita, así como en la crítica proveniente del movimiento de mujeres negras, que analizamos a continuación.

Imagen 2. Pieza caricaturesca publicada en el portal *Pragmatismo*



Fuente: *Pragmatismo* – <https://www.pragmatismopolitico.com.br/2014/02/conselho-de-medicina-quer-que-cubanos-trabalhem-para-medicos-brasileiros.html> - Consultado el 11 de marzo de 2025

El director del Sindicato de Trabajadoras Domésticas de Rio Grande do Norte, Israel Fernandes, informó que analizará la posibilidad de acudir a los tribunales contra la periodista. "Esto es absurdo. En el siglo XXI, que una persona todavía tenga este tipo de pensamiento. No creo que esta chica sea periodista en absoluto. Es racismo, discriminación, es un delito. Me reuniré con los demás miembros del sindicato para analizar la posibilidad de acudir a los tribunales. Ella responderá por estos crímenes. (Redacción Globo.com, 2013)"¹¹

En la declaración de la periodista también se manifiesta una oposición entre los significados de "cara de empleada doméstica" (en femenino) y "cara de médico" (en masculino), en la cual es la segunda expresión que, en la formación ideológica dominante, significa/refiere a la buena apariencia y a la buena postura. Existe, por lo tanto, una diferencia de género, articulada con las determinaciones de clase y de raza, que incide en la interpretación y circulación de estas denominaciones.

Además de esa oposición explícita, analizamos la oposición entre nacionalidades implícita que se filtra en el debate, vinculando el racismo con la xenofobia, al contraponerla "cara de una médica cubana" a la "cara de una médica brasileña". En la fuerte repercusión negativa provocada por la publicación de la periodista circularon ampliamente en las redes sociales imágenes que denunciaban la discriminación social y racial históricamente consolidadas para las profesiones prestigiosas, especialmente para la profesión médica (Imagen 3). El rostro blanco de los médicos brasileños ganó visibilidad y circulación social en los medios digitales como efecto de esta confrontación discursiva.

Imagen 3. Publicación en el blog *Geledes*



Fuente: Blog *Geledes* – <https://www.geledes.org.br/cotas-raciais-e-hipocresia-branca/> - Consultado el 11/3/2025.

¹¹ Véase: <http://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/noticia/2013/08/jornalista-diz-que-medicas-cubanas-parecem-empregadas-domesticas.html>

En el marco del discurso de la blanquitud¹², no se afirma que los médicos brasileños sean blancos, pero se denuncia que el programa Más Médicos contrate médicas cubanas que "no tienen buena apariencia" y que tienen "cara de sirvienta", actualizando en el acontecimiento discursivo las prácticas racistas de reserva de vacantes en el mercado laboral brasileño, lo que contradice el imaginario dominante de Brasil como un país de democracia racial: para los blancos, la Facultad de Medicina (como en la foto de la graduación de la Universidad Federal de Bahía); para los negros, la profesión de barrendero (como en la foto de la derecha de las personas seleccionadas para trabajar en la Empresa Municipal de Limpieza Urbana de Río de Janeiro).

En este sentido, son reveladoras las reacciones a la implementación del programa Más Médicos por parte de la categoría médica, como el manifiesto "Salud pública y vergüenza nacional", firmado por asociaciones de la categoría, como la Asociación Médica Brasileña y el Consejo Federal de Medicina (CFM), y la manifestación hostil contra los médicos cubanos, abucheados en los aeropuertos de Brasil por personas vestidas con guardapolvos blancos, como quedó documentado en las fotos reproducidas en las noticias publicadas por la prensa, revelando el racismo que está en la base del rechazo profesional.

Retornemos ahora la declaración de la periodista Micheline Borges antes citada, en la que señalaba que "¡La apariencia sí cuenta! Si llego a una cita y me encuentro con un médico con la cara maltrecha o en una escribanía con un abogado mal vestido, me voy". Allí observamos un entramado de estereotipos que funcionan en la evidencia de su significado, borrando su historicidad y la memoria discursiva en la que se inscriben. Esquemáticamente, describimos su funcionamiento como una serie de procesos metonímicos que producen como efecto una relación de sinonimia (Tabla 1):

Tabla 1. Procesos metonímicos en el entramado de estereotipos discursivos

cara de doméstica (brasileña) = negra, pobre y mal parecida	(cara) de médica cubana = (cara) de sirvienta brasileña
(cara) de médica cubana = negra, pobre y mal parecida	

Fuente: Elaboración de las autoras.

Como contrapunto necesario, incorporamos en nuestro artículo la voz de quienes, desde el lugar de la lucha política y del activismo contra la discriminación racial, también señalaron la declaración de la periodista como un caso emblemático de prácticas de racismo y xenofobia presentes en la sociedad brasileña. Citamos el texto de Mara Gomes publicado en aquel momento:

¹² Conforme Bento (2022), "la blanquitud, en su esencia, se refiere a un conjunto de prácticas culturales que no son nombradas ni marcadas, o sea, que hay un silencio y una ocultación alrededor de ellas" (p. 62). De acuerdo con la autora, consideramos que es parte integrante del discurso de la blanquitud un movimiento de protección de los intereses del grupo blanco y de negación y/o de falta de reflexión sobre el papel de las personas blancas en la permanencia de las desigualdades raciales.

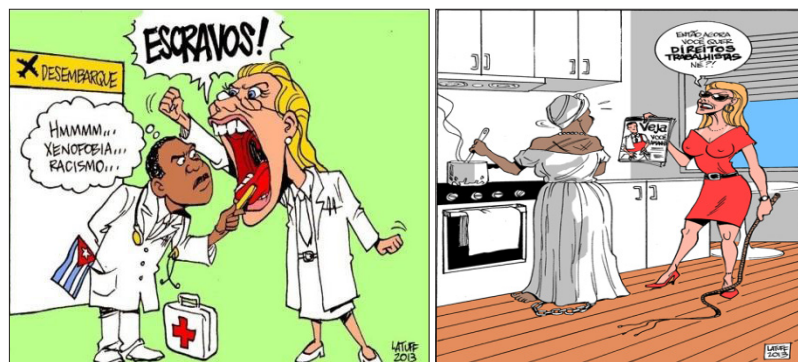
Solo por curiosidad, busque 'doctor' en el Google Imágenes.

Sí, esto da miedo, estamos controlados por la gran clase media brasileña. El 27 de agosto vimos lo que una parte de esta pandilla de sabios ignorantes sabía hacer: llamaban "esclavos" a los médicos cubanos y hostigaban su llegada al aeropuerto de Fortaleza. Para ellos se había roto la regla, era ofensivo ver a un médico que no tiene el porte hegemónico que se fabrica constantemente, es decir, el hombre blanco, de clase media y con "cara de médico". No era posible aceptar que lo que vino de Cuba fueran médicas con "cara de sirvienta", ¿cómo lidiar con esto?

Pero, ¿qué significa parecer una sirvienta? ¿Qué significa parecerse a un médico? Brasil tiene tantos médicos blancos y sirvientas negras que esto termina convirtiéndose en un estándar que, desafortunadamente, la clase media burra usa para clasificar a todos. Allí se está cometiendo una injusticia y se trata de una cuestión no sólo de xenofobia, sino de racismo institucional. Se rompió la regla, la clase médica se enfureció, sabemos que no están perdiendo empleos, no es una cuestión de derechos laborales, es algo más fuerte que eso y los que no quieren verlo están ciegos. (Gomes, 2013)¹³

A partir de los análisis realizados por el activismo de las mujeres negras, comprometidas en la lucha política por la igualdad de derechos y el reconocimiento social, nos indagamos sobre el funcionamiento metafórico de la expresión "cara de empleada doméstica". Como afirma Mara Gomes, se trata de "algo más fuerte" y "los que no quieren verlo están ciegos". El humorista Latuff, con sus corrosivos chistes gráficos, da visibilidad a la memoria discursiva que está en la base de ese proceso de reificación (Imágenes 4 y 5).

Imágenes 4 y 5. Humor gráfico de Latuff



Fuente: Latuff Cartoons – <http://latuffcartoons.files.wordpress.com/2013/09/medicos-cubanos.gif> y <http://latuffcartoons.wordpress.com/2013/04/12/charge-pec-das-domesticas/> - Consultados el 11/3/2025.

¹³ Véase: Mara Gomes, "En Brasil, la medicina es blanca y de clase media", publicado en el Portal Geledes el 5 de septiembre de 2013. <https://www.geledes.org.br/no-brasil-a-medicina-e-branca-e-classe-media-por-mara-gomes/>

4. "BRASIL, MOSTRA TUA CARA!"¹⁴

¿La denominación "Cara de empleada doméstica" es una metáfora de qué? Una respuesta posible la encontramos si retomamos la tradición brasileña de anuncios de empleo que exigen "buena apariencia" sin mayores especificaciones¹⁵, práctica discriminatoria denunciada insistentemente por el movimiento de mujeres negras. Esa mención a "la buena apariencia" alude a un estándar de belleza eurocéntrico y blanco y a los significados de feo, negro, pobre para aquellos que no se encajan en ese padrón; así, los anuncios discriminan, sin hacer explícitos los criterios raciales de selección, la contratación de trabajadoras negras. También podríamos volver a otra expresión comúnmente usada para calificar ciertos espacios de la ciudad: los llamados "lugares de gente linda". Si nos preguntamos quiénes y cómo serían las personas supuestamente bellas que definirían esos locales, volveremos a encontrar los criterios de evaluación estética definidos por rasgos sociales y raciales. Esta división de la sociedad y del derecho a moverse por sus espacios y a ocupar ciertos puestos de trabajo, que opone "gente linda/ de buena apariencia", "con postura", "capaz", "bien arreglada", "bien vestida" a "gente fea/ de mala apariencia", "incapaz", "sin postura", "desaliñada", "mal vestida", tiene profundas raíces en la historia brasileña, que produjo el discurso de la "democracia racial", a través del cual se silencia y disimula la violencia de las relaciones de explotación económica, de opresión de género y de exclusión racial y social que le dan una "cara" a Brasil. En la historicidad de la interpretación dominante para la denominación "cara de sirvienta" encontramos también el deslizamiento metonímico de lo corporal a lo intelectual, lo que implica un juicio de valor sobre la capacidad intelectual de estos individuos: serían incompetentes o incapaces, estúpidos, (semi)analfabetos.

Un grabado decimonónico del pintor Jean-Baptiste Debret (Imagen 6), incluido a modo de ilustración en el texto *A PEC das empregadas, os grillhões e as madames*, de la escritora Cidinha da Silva, que denuncia los efectos de la memoria de la esclavitud presentes en la polémica sobre la ley, da visibilidad a esta división social, inscribiéndola en la memoria que le da origen y la significa, representada en la imagen que reproduce el lugar servil de la mujer negra en contraposición al de la señora blanca a quien sirve¹⁶.

¹⁴ Refrán de la canción "Brasil", del compositor Cazuza.

¹⁵ Damasceno (2011).

¹⁶ Esta imagen de la Casa Grande en Brasil podría extenderse a la iconografía de la esclavitud atlántica. Según hooks (1995), esta iconografía reproduce un imaginario dominante en que las mujeres negras estarían en el mundo para servir a los demás. En su artículo, los autores (Cestari, Chaves & Baldini, 2021), fundamentados en Lélia Gonzalez (2020), argumentan que, a pesar de este imaginario (re)productor de estereotipos, la mãe preta [nodriza negra] fue responsable de la africanización de la lengua y la cultura brasileñas, al ejercer la función materna en la esclavitud, es decir, promovió prácticas de resistencia e incluso de subversión a las ideologías dominantes.

Imagen 6. Grabado pintor Jean-Baptiste Debret



Fuente: *Blog de Cidinha* - <http://cidinhadasilva.blogspot.com/2013/03/a-pec-das-domesticas-os-grilhoes-e-as.html> - Consultado el 11/3/2025.

El movimiento de mujeres negras, con mayor expresión desde principios de los años ochenta, ha denunciado el mito de la “democracia racial”, según el cual Brasil sería el resultado de un mestizaje armonioso de las razas, lo que se materializa en los estereotipos sobre las mujeres negras, especialmente en las figuras de la mulata y la empleada doméstica, como efecto de un único y mismo proceso de violencia simbólica¹⁷. Citamos a Lélia Gonzalez (2020), una de las principales voces que desde el lugar de la intelectual/activista produce la teorización necesaria para analizar la dominación sexual y racial, al reflexionar sobre los estereotipos de mulata, doméstica y *mãe preta*:

Como todo mito, el de la democracia racial esconde algo más allá de lo que muestra. En una primera aproximación, encontramos que ejerce su violencia simbólica de manera especial sobre las mujeres negras. Pues la otra cara de la deificación del carnaval se produce en la vida cotidiana de esta mujer, en el momento en que se transfigura en la sirvienta. Es por esta razón que la culpabilidad engendrada por su deificación se ejerce con fuertes acusaciones de agresividad. Es también allí donde se constata que los términos “mulata” y “sirvienta” son atribuciones para un mismo sujeto. La denominación dependerá de la situación en la que se nos mire. (p. 80)

¹⁷ Cestari (2015).

Si consideramos los efectos ideológicos del mito de la democracia racial en Brasil, comprendemos que el tema del mestizaje a menudo se comprometa con las prácticas de dominación racial presentes incluso cuando no se las explicita. Por citar un ejemplo presentado por Gonzalez (1983), en la figura de la mulata habría un proceso discursivo de hipersexualización que transforma los sentidos negativos de "la mala apariencia" de la mujer negra en una síntesis positiva de la brasilidad auténtica, simbolizada en el cuerpo de una mujer deseada y sensual. A partir de esta autora, describimos la figura de la doméstica (así como la de la mulata) como constituida por el discurso de la democracia racial como si fuera una pura evidencia, algo del orden del mundo real, lo que oculta la historicidad de los sentidos y de los sujetos. Los significados atribuidos a la "mulata" y a la "doméstica" fueron naturalizados a tal grado por el discurso dominante a lo largo de la historia que hoy constituyen, como señala Gonzalez (2020) en su texto, atributos de un mismo sujeto que aparece así ontologizado a partir de los lugares sociales y de las profesiones que puede ocupar: "Una mujer negra, naturalmente, es cocinera, limpiadora, sirvienta, cambiadora de autobús o prostituta. Basta con leer el periódico, escuchar la radio y ver la televisión" (p. 78).

La aprobación de la Enmienda constitucional conocida como la "PEC das empregadas domésticas" llevó ferozmente al debate público los discursos y prácticas de opresión política, dominación racial, explotación económica y exclusión social. La lucha histórica por los derechos laborales de las trabajadoras domésticas ganó visibilidad pública, al mismo tiempo que se revelaron las formas disimuladas de explotación de clase, ejercidas cínicamente mediante el discurso de las relaciones de familiaridad ("você é quase da família" [eres casi de la familia]). El texto de Cidinha da Silva (2013), reproducido por medios de comunicación negros, como el Blog Geledés-Instituto de Mujeres Negras, está fuertemente inscrito en la actualidad del acontecimiento discursivo, disputando significados a través del análisis y la denuncia de los enunciados naturalizados por el discurso de la democracia racial.

Ojalá caminemos, por un lado, para acabar con el "eres casi familia", y por el otro, para extirpar del mapa el discurso pasivo de las trabajadoras privadas de todo: el doloroso "mis patrones tienen tan buen corazón, me tratan tan bien". Son dos caras de la misma moneda. La patrona pasa el azúcar (ropa usada, comida sobrante) sobre la explotación de las sirvientas, comparte de manera simbólica y subordinada el mundo que un minúsculo salario no puede comprar. La otra cara de la moneda, privada de lo básico, incluso del derecho al trabajo para mantener una existencia digna, tiende a contentarse o a enganarse con el buen corazón de las manos tiránicas. (da Silva, 2013)¹⁸

¹⁸ Véase: <http://cidinhadasilva.blogspot.com/2013/03/a-pec-das-domesticas-os-grilhoes-e-as.html>

Como acontecimiento discursivo, la aprobación de la "PEC das empregadas domésticas" rompe con una serie de repeticiones, de significados estabilizados e históricamente naturalizados; así, produce una ruptura en la memoria discursiva dominante y abre espacio para una nueva serie de formulaciones que ponen en circulación significados silenciados a lo largo de los años de dominación. En la historia de las múltiples prácticas de resistencia llevadas a cabo por las mujeres negras, destacamos los movimientos de las trabajadoras domésticas desde mediados de la década de 1930 y las organizaciones feministas de mujeres negras a partir de la década de 1970. De hecho, una de las regularidades del movimiento de mujeres negras es denunciar la continuidad de la situación vivida entre las antepasadas esclavizadas y las trabajadoras libres contemporáneas, como consecuencia de la esclavitud, pero también del racismo estructural, como lo demuestran los textos de González (1982), de los que citamos ahora un artículo publicado en la revista feminista *Mulherio*:

Nuestra situación actual no es muy diferente de la vivida por nuestras antepasadas: después de todo, la trabajadora rural de hoy no difiere mucho de la "esclava de la hacienda" de ayer; la sirvienta no es muy diferente de la "mucama" de ayer". (p. 9)

Esta continuidad histórica también fue objeto de estudio en la academia, que se posicionó frente a la aprobación de la PEC de las trabajadoras domésticas, interviniendo activamente en la producción de sentido para el acontecimiento discursivo. Traemos un fragmento del artículo de Ricardo Antunes (2013), profesor de Sociología del Trabajo, que analiza "La rebelión del comedor", en una clara referencia al grabado de Jean-Baptiste Debret (Imagen 6) y a las interpretaciones afiliadas al discurso de la democracia racial, que tiene un importante ícono en el tristemente célebre libro *Casa Grande e Senzala* de Gilberto Freyre (2003):

Si la historia es única en sus diferentes épocas, algo similar está sucediendo en Brasil en el siglo XXI, después de la expansión de los derechos de las trabajadoras domésticas. Nuestro origen esclavista y patriarcal, concebido entre la casa grande y la senzala, supo amoldarse al avance de las ciudades. La modernización conservadora dio longevidad al servilismo de la casa del señor para las familias de la ciudad. Las clases dominantes siempre han reclamado las ventajas del urbanismo con los beneficios del servilismo, con un séquito de cocineros, limpiadores, conductores, niñeras, amas de casa y, más recientemente, entrenadores personales para mantenerse en forma, recepción de vehículos en restaurantes, etc. Con las clases medias, el *quid pro quo* es mayor: sus miembros más tradicionales y conservadores actúan casi como un espejo deforme de las clases propietarias y vociferan la "rebelión del comedor": no será extraño que comiencen a defender el derecho de las trabajadoras a que no se amplíen sus derechos. Y su principal bandera ya está indicada: están en contra de la ampliación de los derechos de las trabajadoras domésticas para evitar el desempleo. (Antunes, 2013)

5. DE "EMPREGADA DOMÉSTICA" A DIPUTADA: LAS MUJERES EN LA POLÍTICA

Como hemos visto en los análisis, el acontecimiento discursivo de la "PEC das empregadas domésticas" dio visibilidad a sentidos largamente silenciados que trajeron a la escena política la memoria del discurso esclavista y de las luchas del movimiento negro y específicamente de las mujeres negras contra la explotación. Como efecto de la lucha contra la opresión, la denominación "cara de emplegada" se vio afectada por un proceso de metaforización que desplazó sus significados, pasando a legitimar y elogiar la práctica de estos sujetos sociales. A partir de marzo de 2013, la mención a las "emplegadas domésticas" cobró una nueva y mayor circulación en el discurso social y, a través de un proceso de metaforización, comenzó a significar de manera emblemática los discursos de la resistencia a la opresión de género y racial.

La imagen de la diputada Benedita da Silva (Imagen 7) hablando en el Parlamento en la sesión en honor al Día das Empregadas Domésticas –celebrado el 29 de abril de 2014– puede considerarse un ícono de este funcionamiento metafórico: la sirvienta que llegó al poder y que da cuerpo, cara y voz a la lucha contra la opresión.

Imagen 7. La diputada Benedita da Silva hablando en el Parlamento



Fuente: *Globo.com* – <https://extra.globo.com/noticias/brasil/benedita-usa-uniforme-de-emplegada-domestica-em-sessao-da-camara-12335808.html> - Acceso a la Cámara de Divulgación el 11/3/2025.

Esta imagen fue reproducida por diversos medios de comunicación y comentada en las noticias. A modo de ejemplo el siguiente recorte:

La diputada Benedita da Silva (Partido de los Trabajadores) vistió un uniforme de sirvienta en el día de homenaje a la clase en una sesión de la Cámara de Diputados el martes. Se propuso una sesión especial para honrar a las trabajadoras, que fue presidida por Benedita. "No es demagogia estar aquí. Es algo de la piel, del corazón, de las venas y de la lucha", dijo Benedita, quien recordó las victorias de la clase como la aprobación de la "PEC das Domésticas". "Llegamos con mucho esfuerzo, compromiso y dedicación por esta causa. Ciertamente,

nuestra victoria será completa después de la regulación de los derechos aún pendiente, pero ya podemos celebrar la reparación histórica y el reconocimiento alcanzado desde la equiparación de derechos con la aprobación de la "PEC das Domésticas"¹⁹.

En las declaraciones de la diputada irrumpen nuevos sentidos para la mención a un cuerpo y una "cara de sirvienta", cuyos significados peyorativos, como hemos visto, están presentes y naturalizados en la sociedad brasileña. La imagen de la diputada en el púlpito parlamentario, flanqueada por la bandera brasileña, discursando con atuendo de "sirvienta", metaforiza visualmente el proceso de empoderamiento de las mujeres negras que resultó de las prácticas de resistencia de clase, género y raza emprendidas colectivamente. Representarse/identificarse como "sirvienta" a través de la vestimenta "no es demagogia, es algo de la piel, del corazón, de las venas y de la lucha", planteó la diputada.

Como una reacción simbólica a la forma en que las mujeres negras son vistas en la sociedad, estereotipadas con "cara de sirvienta", da Silva, cuyo cuerpo ocupa un espacio mayoritariamente masculino y blanco (el parlamento), vistiéndolo el uniforme de la categoría, encarna en el decir y "en la piel, en el corazón y en las venas") el cuerpo de muchas otras mujeres. En la contradicción entre los sentidos despreciativos fijados en el estereotipo y el movimiento de desplazamiento ideológico producido por la demanda de reconocimiento político y social, la enunciación de la diputada en su efecto performativo, al mismo tiempo que representa el cuerpo de una colectividad, enuncia la demanda de esa colectividad, encarnando un *nosotras* político que proclama "nuestra victoria". Enunciar desde el lugar de "sirvienta", exigiendo reconocimiento social más allá de la estigmatización producida por el discurso dominante, "permite un movimiento de subjetivación necesario en la lucha contra la reificación de estos sujetos en la historia, posibilitando la constitución de una posición discursiva no subordinada que pueda denunciar la opresión" (Zoppi Fontana, 2017a, p. 69), exigir derechos y celebrar conquistas.

Aún en la estela de este proceso de metaforización que resignifica a las trabajadoras domésticas negras como un ícono de resistencia a la dominación racial y la explotación de clase, tenemos las imágenes y enunciados de la primera campaña publicitaria –como lo que ilustra la Imagen 8– del Tribunal Superior Electoral (TSE) denominada *Mujeres en la Política*, lanzada el 19 de marzo de 2014²⁰.

¹⁹ Véase: <https://extra.globo.com/noticias/brasil/benedita-usa-uniforme-de-emplegada-domestica-em-sessao-da-camara-12335808.html>

²⁰ Para más detalles, véase: <https://www.mulheressocialistas.org.br/tse-lanca-no-congresso-nacional-campanha-que-convoca-mulheres-para-a-politica/>

Imagen 8. Reproducción de la campaña publicitaria del Tribunal Superior Electoral



Fuente: Sítio Justiça Eleitoral de Brasil - <https://www.justicaeleitoral.jus.br/tse-mulheres/> - Consultado el 11/3/2025.

La campaña, difundida en todos los medios de comunicación del país (radio, televisión y prensa), es integrada por un video, un cartel, dos pancartas, dos spots radiales y una nota de prensa. El cartel y las pancartas muestran, aquella campaña, la imagen de una mujer negra. Uno de los spots radiales, titulado "Cocinera Dadá", reproduce la voz de una figura bien conocida en Bahía²¹, que se identifica como "negona" y "cozinheira" y que menciona explícitamente a la profesión de "doméstica". Reproducimos íntegramente el texto pronunciado por el personaje en el spot:

Soy la negra Dadá, una cocinera de Bahía. Trabajé duro para llegar aquí: fui sirvienta, fui vendedora ambulante... Hoy puedo decir que soy una mujer exitosa, pero sé que para que todas las mujeres en Brasil sean ganadoras, necesitan conquistar más espacios y luchar por sus sueños²².

Además del título Mujeres en la Política y del objetivo de la campaña, "animar a las mujeres a participar en la política del país, postulándose para los cargos electivos que estarán en juego en octubre de 2014", el lema que identifica la campaña también destaca las identificaciones de género: "Las mujeres tenemos el poder de decidir el futuro del país". Describimos abajo (Tabla 2) el proceso metafórico que se evidencia en el material de la campaña a partir de los desplazamientos y sustituciones de palabras y de sentidos:

²¹ Véase informe realizado por el TSE: <http://www.justicaeleitoral.jus.br/videos/famosa-cozinheira-da-bahia-incentiva-mulheres-a-participar-da-politica-em-10-04-2014>

²² Archivo sonoro disponible en: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/tse-mulheres/>

Tabla 2. Descripción de la metáforización reconocida en la campaña publicitaria *Mujeres en la Política*

Mujer Negra = Doméstica = Lucha = Poder → Cambiar la Historia	Nosotras = mujeres brasileñas = lucha = poder → cambiar el futuro del país
--	---

Fuente: Elaboración de las autoras.

Sin embargo, no podemos dejar de notar que tanto en el spot radial de la campaña del TSE como en las declaraciones de la diputada Benedita da Silva, la profesión de trabajadora doméstica es significada como un pasado ya cerrado, como el primer paso dado en un camino de ascensión social posible a través del esfuerzo individual: un proceso discursivo que analizamos en otro texto como "la alegoría del éxito" (Zoppi Fontana, 2017b), señalando los efectos del discurso neoliberal en la interpretación de las prácticas de resistencia a la opresión de género y a la racialización de las trabajadoras domésticas.

6. "CARA DE SIRVIENTA": OBJETOS PARADÓJICOS Y LUCHA IDEOLÓGICA

Al inicio de este trabajo definimos, a partir de la teoría del Análisis del Discurso, el funcionamiento paradójico de los objetos discursivos por efecto de las contradicciones de sentido producidas en la lucha ideológica. Como dice Pêcheux (2011), autor al que seguimos desde el punto de vista teórico en el desarrollo de este trabajo,

en el campo del lenguaje, la lucha ideológica de clases es una lucha por el significado de las palabras, expresiones y frases, una lucha vital para cada una de las clases que se enfrentan a lo largo de la historia hasta el presente. (p. 273)

El análisis de los procesos metafóricos y metonímicos que significan la denominación "cara de sirvienta" nos permite avanzar en esta reflexión. Como hemos demostrado, esta expresión se caracteriza, en su materialidad discursiva compleja (lengua + imagen), por condensar procesos discursivos que se inscriben en memorias antagónicas: los efectos de sentido de las prácticas esclavistas inscritos como discurso de democracia racial y los efectos de sentido de las prácticas de resistencia y las luchas del movimiento negro, presentes como crítica social y apelo a la movilización política. Para interpretar las relaciones de fuerza contradictorias existentes entre estas posiciones ideológicas, recurrimos nuevamente a Pêcheux (2011), cuando define el funcionamiento de los objetos discursivos paradójicos:

La singularidad de estas luchas de desplazamiento ideológico, que se dan en los más diversos movimientos populares, consiste en la aprehensión de objetos paradójicos (constantemente contradictorios y ambiguos), que son simultáneamente idénticos en sí mismos y se comportan antagónicamente en relación a sí mismos (...) Estos objetos paradójicos (bajo el nombre de Pueblo, Ley,

Trabajo, Género, Vida, Ciencia, Naturaleza, Paz, Libertad) funcionan en relaciones de poder móviles, en transformaciones confusas, que conducen a acuerdos y oposiciones extremadamente inestables. (p. 115)

En la lucha ideológica en torno a la expresión "cara de empleada doméstica", los significados que menoscaban el rostro y el cuerpo de las trabajadoras, históricamente naturalizados desde la época de la esclavitud, fueron desestabilizados y resignificados por el acontecimiento discursivo de la aprobación de la Enmienda constitucional. La denuncia realizada por el movimiento de mujeres negras contra la expresión "cara de empleada" usada por la periodista reveló el racismo presente en ella y permitió la incorporación de nuevos sentidos a la circulación e interpretación de esta denominación, inscribiéndola en una memoria que la invistió de una valoración ideológica positiva, interpretándola como símbolo de una memoria de lucha y resistencia. Así, como hemos visto en los análisis, la trabajadora doméstica se convirtió en la metáfora viviente de un sujeto colectivo movilizado políticamente. En este sentido, su rostro/cuerpo/voz representó el empoderamiento de las mujeres en la política y su capacidad de acción colectiva. Estos sentidos, resignificados por el aparato jurídico del Estado (TSE), se ven afectados por la coyuntura política brasileña de la época, en la que la primera mujer en ocupar el cargo de Presidenta de Brasil, Dilma Rousseff, se postulaba para la reelección en octubre de 2014, compitiendo con otra candidata por la preferencia del electorado.

Por otro lado, y contradictoriamente, también podemos sentir los impactos de un discurso que despolitiza la interpretación movilizadora y contestataria de esta denominación y de esta metáfora en el proceso de lucha social contra el racismo y la explotación de clase. Vemos emerger y ganar bastante circulación en los grandes medios de comunicación un discurso que hace deslizar los sentidos hacia el campo semántico de la superación personal: la "doméstica luchadora/guerrera", que supera las dificultades de su origen a través del puro esfuerzo personal. En este sentido, reportajes más recientes sobre otras "ex trabajadoras domésticas" que forman parte del gobierno federal muestran esta tendencia discursiva a vaciar los significados políticos de la lucha colectiva e imponer los significados morales e individualizantes de la superación personal. No es casualidad que la figura elegida para estos reportajes haya sido la entonces ministra del Tribunal Superior del Trabajo, Delaide Miranda Arantes, quien convenientemente es blanca²³.

²³ Artículo emitido en el programa Fantástico de la Red Globo el 31 de marzo de 2013 con el título "Ministra de TST recuerda sus días de sirvienta" (véase: <http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2013/03/ministra-do-tst-relembra-os-dias-de-empregada-domestica.html>). Y nuevo artículo emitido en el programa Globo Reporter el 16 de mayo de 2014 con el título "De la casita en el campo a la TST: la criada apuesta a los estudios y se convierte en ministra" (véase: <http://g1.globo.com/globo-reporter/noticia/2014/05/da-casinha-na-roca-aotst-domestica-aposta-nos-estudos-e-vira-ministra.html>).

Sea como la metáfora política de la "doméstica" que encarna con su rostro/cuerpo/voz la resistencia colectiva a la opresión, sea como la metonimia de la "doméstica" individualizada, que se supera con su propio esfuerzo y lucha personal, la denominación "cara de empleada doméstica" y los significados que se (des)organizaron en torno a ella como efecto del acontecimiento discursivo, muestran el funcionamiento paradójico de los objetos discursivos y su dimensión política irrefutable.

REFERENCIAS

- Antunes, R. (2013). A revolta da sala de jantar. *Estadão*. <https://www.estadao.com.br/cultura/a-revolta-da-sala-de-jantar/?srsltid=AfmBOoqZMdv6bpxS2oyq6IPJ1bs8hLoT62zklwH-lHqSveNkCq6rMnFC>
- Bento, C. (2022). *O pacto da branquitude*. Companhia das Letras.
- Cestari, M. J. (2015). *Vozes-mulheres negras ou feministas e antirracistas graças às Yabás*. Tese de Doutorado em Linguística, Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Brasil. <https://repositorio.unicamp.br/acervo/detalhe/963234>
- Cestari, M. J. (2023). Costura da memória: Rosana Paulino e o olhar sob(re) corpos de mulheres negras. Em Ferreira, M. C. L. & Vinhas, L. (Org.), *O corpo na Análise do Discurso. Conceito em movimento* (pp. 255-278). Pontes.
- Cestari, M. J., Chaves, T. V. & Baldini, L. (2021). O pretuguês, a língua materna e os discursos fundadores da brasilidade. Em Zoppi Fontana, M. G. & Biziak, J. (Org.), *Mulheres em discurso: lugares de enunciação e corpos em disputa* (pp. 27-52). Pontes Editores.
- Courtine, J.-J. & Haroche, C. (2016). *História do rosto. Expressar e calar as emoções (do século XVI ao século XIX)*. Vozes.
- Courtine, J.-J. (1984). Le tissu de la mémoire: quelques perspectives de travail historique dans les sciences du langage. *Langage*, 114, 5-12. https://www.persee.fr/doc/lgge_0458-726x_1994_num_28_114_1673
- da Silva, C. (2013). A PEC das Domésticas, os grilhões e as madames. *Blog da Cidinha*. <http://cidinhadasilva.blogspot.com/2013/03/a-pec-das-domesticas-os-grilhoes-e-as.html>
- Damasceno, C. (2011). *Segredos da boa aparência: da "cor" à "boa aparência" no mundo do trabalho carioca (1930-1950)*. EDUFRRJ.
- França, G. R. A. (2017). Por lentes de Gênero e Raça: Análise de discursos sobre uma brasilianidade. Em Zoppi Fontana, M. G. & Ferrari, A. J. (Org.), *Mulheres em discurso: identificações de gênero e práticas de resistência* (pp. 81-98). Pontes.

- Freyre, G. (2003). *Casa-grande & senzala: formação da família brasileira sob regime da economia patriarcal*. Global.
- Gonzalez, L. (1982). E a trabalhadora negra, cumé que fica? *Jornal Mulherio*. 7.
- Gonzalez, L. (2020). Racismo e Sexismo na Cultura Brasileira. Em Rios, F. & Lima, M. (Org.), *Por um feminismo afro-latino-americano* (pp. 75-93). Zahar Editores.
- hooks, b. (1995). *Killing rage: Ending racism*. Henry Holt and Company.
- Mbembe, A. (2018). *Crítica da Razão Negra*. N-1 edições.
- Modesto, R. (2018). Interpelação ideológica e tensão racial: efeitos de um grito. *Littera: Revista de Estudos Linguísticos e Literários*, 9(17), 124-145. <https://periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/littera/article/view/10378>
- Pêcheux, M. (1988). *Semântica e discurso. Uma crítica à afirmação do óbvio*. Ed. Unicamp.
- Pêcheux, M. (1990). *O discurso: Estrutura ou Acontecimento*. Pontes.
- Pêcheux, M. (2011). As massas populares são um objeto inanimado? Em Orlandi, E. (Org.). *Análise de discurso: Michel Pêcheux* (pp. 251-273). Pontes.
- Pêcheux, M. (2011). Metáfora e interdiscurso. Em Orlandi, E. P. (Ed.), *Análise de Discurso: Michel Pêcheux* (pp.151-161). Pontes.
- Pinho, O. (2004). O efeito do sexo: políticas de raça, gênero e miscigenação. *Cadernos Pagu*, 23, 89-119. <https://doi.org/10.1590/S0104-83332004000200004>
- Redacción *Globo.com* (2013). Jornalista diz que médicas cubanas parecem “empregadas domésticas”. *Globo.com*. <https://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/noticia/2013/08/jornalista-diz-que-medicas-cubanas-parecem-empregadas-domesticas.html>
- Silva-Fontana, L. (2021). *O discurso do colorismo no Brasil: processos de racialização e genderização nos dizeres da identidade nacional e das mídias negras*. Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem, Campinas, Brasil. <https://repositorio.unicamp.br/acervo/detalhe/1166986>
- Zoppi Fontana, M. & Silva-Fontana, L. (2023). Corpo, gênero e raça: reflexões sobre uma abordagem discursiva do corpo. Em Ferreira, M. C. L. & Vinhas, L. (Org.), *O corpo na Análise do Discurso. Conceito em movimento* (pp. 57-87). Pontes.
- Zoppi Fontana, M. G. & Cestari, M. J. (2014). “Cara de empregada”: Discursos sobre os corpos de mulheres negras no Brasil. *Rua, 20 anos*, 167-185. https://www.labeurb.unicamp.br/rua/artigo/capa?publicacao_id=11
- Zoppi Fontana, M. G. (2002). Acontecimento, arquivo, memória: às margens da lei. *Revista Leitura*, 30, 175-205. <https://doi.org/10.28998/2317-9945.200230.175-205>

Zoppi Fontana, M. G. (2005) Objetos paradoxais e ideologia. *Revista Estudos da língua(gem)*, 1(1), 15-37. <https://doi.org/10.22481/el.v1i1.977>

Zoppi Fontana, M. G. (2017a). "Lugar de fala": enunciação, subjetivação, resistência. *Conexão Letras*, 12(18), 63-71. <https://doi.org/10.22456/2594-8962.79457>

Zoppi Fontana, M. G. (2017b). Domesticar o acontecimento. Metáforas e metonímias do trabalho doméstico no Brasil. Em Zoppi Fontana, M. G. & Ferrari, A. J. (Orgs.), *Mulheres em Discurso. Processos de identificação e práticas de resistência* (pp. 123-162). Pontes.

* Contribución de autoría: Todas las etapas de elaboración del artículo fueron realizadas conjuntamente y en partes iguales por las autoras. Las autoras revisaron y aprobaron el contenido final del manuscrito.

* Nota: el Comité Académico de la revista aprobó la publicación del artículo.

* El conjunto de datos que apoya los resultados de este estudio se encuentra disponible para su uso público en los enlaces citados en el texto, y están a disposición de 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 LAS AUTORAS

Mónica G. Zoppi Fontana. Doctora en Lingüística por la Universidade Estadual de Campinas (Brasil). Licenciada en Letras por la Universidad de Buenos Aires (Argentina). Profesora Titular del Departamento de Lingüística del Instituto de Estudios del Lenguaje de la Universidade Estadual de Campinas, donde trabaja en cursos de grado y posgrado stricto sensu. Tiene experiencia docente y en investigación en el área de Lingüística, con énfasis en las especialidades de Semántica de la Enunciación, Análisis del Discurso y Políticas Lingüísticas. Sus líneas de investigación abordan la relación entre género, lenguaje e ideología. Es creadora del blog #LINGÜÍSTICA, destinado a la divulgación de los estudios lingüísticos, premiado por la Asociación Brasileña de Lingüística (ABRALIN). Actuó como profesora visitante en diversas universidades, entre ellas: Universidad Autónoma de Xochimilco (México), Universidad Pedagógica Nacional (México), Universidad de Buenos Aires (Argentina), Universidad Nacional de Rosario (Argentina), Universidad Nacional de Misiones (Argentina), Universidad de Córdoba (Argentina), Université de Paris 13-Villetaneuse (Francia) y University of Montana (Estados Unidos).

Mariana Jafet Cestari. Doctora en Lingüística por la Universidade Estadual de Campinas (Brasil). En 2017, obtuvo el premio a la mejor tesis por la Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso (ALED). Profesora del Departamento de Lenguaje y Tecnología del Centro Federal de Educación Tecnológica de Minas Gerais, donde trabaja como docente de grado y de posgrado. Su experiencia en docencia e investigación abarca, principalmente, la línea del Análisis del Discurso. Sus temas de investigación abordan y entrecruzan la relación entre género, raza, discurso, memoria y procesos de subjetivación.

ENTREVISTAS

INTERVIEWS

ENTREVISTAS

ENTREVISTA A SANDRA SAVOINI

Imágenes, discursos y sentido

Retos y potencias de la semiótica en la era digital

Images, discourses and meaning
Challenges and powers of semiotics in the digital era

Imagens, discursos e significados
Desafios e potencialidades da semiótica na era digital

DOI: <http://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4191>

► POR BAAL DELUPI

baal.delupi@unc.edu.ar - Córdoba - Universidad Nacional de Córdoba / Universidad Provincial de Córdoba, Argentina.

ORCID DEL ENTREVISTADOR: <https://orcid.org/0000-0001-7697-3325>

COMO CITAR: Delupi, B. (2025). Entrevista a Sandra Savoini. Imágenes, discursos y sentido. Retos y potencias de la semiótica en la era digital. *In Mediaciones de la Comunicación*, 20(2). <http://doi.org/10.18861/ic.2025.20.2.4191>

En diálogo con *Inmediaciones de la Comunicación*, Sandra Savoini, directora del Doctorado en semiótica de la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina), nos invita a pensar el estado actual de la semiótica desde una mirada situada en el contexto argentino y latinoamericano. Destaca que la disciplina está profundamente ligada a su tiempo y que, en Argentina, particularmente, luego de una marcada influencia estructuralista, se ha consolidado una perspectiva sociosemiótica. En tal sentido, enfatiza la influencia de Eliseo Verón y Marc Angenot, entre otros nombres destacados, y señala que “la problemática de la significación sigue siendo actual y vigente”, aunque los nombres y los enfoques cambien según las condiciones institucionales y políticas de cada país, donde es seguro reconocer raíces de la tradición saussuriana y de la tradición peirceana.

En el marco de su mirada contemporánea sobre las problemáticas del sentido y la significación, Savoini señala que el rostro y las imágenes ocupan un lugar central en el estudio de la significación, lo cual abren preguntas que van más allá del lenguaje verbal y exponen la

JULIO - DICIEMBRE 2025

365

INMEDIACIONES

necesidad de pensar cómo se produce y circula el sentido en el universo de materialidades expresivas contemporáneas. Lo que pasa con el rostro, con la visualidad, con la imagen, con el cuerpo, con la afectividad, está diciendo mucho del tipo de sujetos, de vínculos y de formas de producir sentido que circulan actualmente, y mueve a la semiótica hacia dimensiones sensibles, emocionales y performativas que dialogan con el auge de los estudios visuales, los afectos y las redes digitales.

BAAL DELUPI (B.D): Para empezar, podemos detenernos un momento en el panorama actual de la semiótica. ¿Cómo ves su desarrollo y cuáles te parecen que son los principales desafíos y oportunidades que enfrenta la disciplina? ¿Qué tipo de mundo se le presenta hoy a la semiótica, tanto en el plano académico como en sus posibles proyecciones sociales?

SANDRA SAVOINI (S.S.): Creo que la semiótica es una disciplina muy ligada a su época, con toda una historia y tradición. Nosotros la pensamos dentro de ciertas coordenadas, pero no podemos dejar de situar este campo, este dominio disciplinar e interdisciplinar, en el contexto en el que surgió, es decir, entender a qué respondía en otro momento histórico. La problemática de la significación se fue desarrollando –como sabemos todos los que trabajamos en este campo– dentro de dos grandes paradigmas: por un lado, el que inició Ferdinand de Saussure con su proyecto semiológico, que fue desarrollado décadas después en un contexto cultural, social y académico muy particular, principalmente en la Europa continental y francófona; y, por otro lado, el desarrollo lógico y filosófico que se inició a partir de Charles Peirce.

Me parece que la semiótica, en Argentina, es heredera del pensamiento europeo, y esto también tiene una historia particular. Está vinculado con la matriz del pensamiento desarrollado en las ciencias sociales y las humanidades, que ha estado marcada por estos intercambios y travesías entre Argentina y Europa; un intercambio de miradas, pensamientos y apropiaciones. En ese marco, la semiótica llegó a Argentina más o menos paralelamente a su auge internacional, durante la década del 60 y los 70, con el desarrollo del proyecto semiológico saussuriano a partir de los estructuralistas. Así llegó a esta parte del mundo, a un circuito de intelectuales que pensaban que el lenguaje o los lenguajes tenían un lugar central para comprender lo social. Esto comenzó a visibilizarse tempranamente, especialmente en los trabajos y revistas de la década del 70, como *Lenguajes*, editada por Eliseo Verón.

En ese sentido, la semiótica se configuró como una disciplina crítica –como diría Julia Kristeva, entre otros investigadores– que se nutrió de desarrollos en las ciencias del lenguaje, pero también de otros campos disciplinares como la comunicación y, en sentido amplio, las ciencias sociales, utilizando diversas teorías para entender, por ejemplo, ¿cómo funcionan los lenguajes?, ¿cómo significamos?, ¿cómo se produce, circula y consume el sentido? Si lo pensamos

en términos más contemporáneos y localizados, la teoría sociosemiótica veroniana es un buen ejemplo de esa mirada.

Ahora bien, más allá del nombre que se le dé, la problemática sigue siendo actual y vigente. Esa cuestión no es algo que se haya agotado con los inicios planteados por Saussure o por Peirce, sino que ha sido abordada a lo largo del siglo XX por muchos investigadores desde distintas tradiciones y enfoques. Lo que puede cambiar son, en todo caso, los arreglos institucionales, burocráticos y políticos en los espacios académicos, que determinan qué etiquetas se prefieren en determinados momentos y cuáles quedan en un segundo plano, dependiendo de las relaciones de poder que atraviesan esos espacios intelectuales de cada institución o país.

Por ejemplo, en otros contextos muchas carreras que antes se llamaban maestrías o doctorados en comunicación y semiótica, o semiótica y algo más, fueron cambiando sus nombres. En Argentina eso no pasó; no se sintió esa necesidad. Defiendo la postura de seguir hablando de semiótica, entre otras nominaciones posibles y pertinentes como estudio de los lenguajes, análisis del discurso, o diversas opciones que hoy circulan en los espacios académicos. Si bien comparten cierto interés por la problemática del sentido, no todas son lo mismo. Sabemos que el nombre no es indiferente, para nada.

Lo que intento situar es a esas etiquetas dentro de tradiciones y teorías que, en determinados momentos, adquieren visibilidad y peso en ciertos espacios, mientras que en otros quedan más al margen o son periféricas. Esto lleva a conceptualizaciones y denominaciones más o menos aceptables, que muchas veces dependen de factores externos al campo científico o disciplinar. Si remito al caso puntual del Doctorado en semiótica de la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina), la denominación tiene una singularidad vinculada a la historicidad del campo, ya que busca afianzar una mirada contemporánea sobre las problemáticas del sentido apoyándose en una serie de tradiciones que se agrupan bajo ese nombre. Mientras que en algunos otros lugares la semiótica puede ser vista con reservas, porque a veces se asocia con ciertos modos particulares de abordar la significación, como la semiótica de la Escuela de París (Francia), más inmanente y formalista, lo que puede hacer que se prefieran otras perspectivas con articulaciones más sociales. Por eso surgen otras denominaciones y enfoques.

En lo personal, creo que conservar el nombre en el Doctorado en semiótica, que ya lleva más de 20 años, tiene que ver con la tradición que Argentina



Foto: UNC

ha mantenido y su posición en Latinoamérica. Es heredero de la Maestría en sociosemiótica, una mirada muy particular y situada para abordar la significación. Sin embargo, en el momento de diseñar la propuesta doctoral no se podía plantear un doctorado en sociosemiótica –una línea particular dentro de un campo–, sino que debía denominarse en términos disciplinares. Eso es lo que recuerdo de la discusión que tuvo lugar tiempo atrás.

Además, la denominación “semiótica” ha tenido una presencia significativa en las carreras de grado desde los años 90 del siglo pasado, con materias como semiótica general, semiótica aplicada al diseño, a la música, a las artes, al audiovisual, al cine, entre otras ramificaciones. Así fue ganando espacios institucionales, y naturalmente surgió la necesidad de continuar con una formación más especializada en posgrado. Y, aunque hablamos de sociosemiótica como la línea distintiva del doctorado, no se pierde de vista el aporte de todas las tradiciones que mencionamos, y se reconoce el fuerte arraigo de este enfoque en el pensamiento de Eliseo Verón y Marc Angenot.

B.D.: En comparación con otras tradiciones –aquellas con una impronta más lotmaniana o bajtiniana, que se ve en otros contextos–, ¿te parece que el pensamiento de Verón y Angenot, en tanto referentes, funcionan como un rasgo identitario del enfoque semiótico que se impulsa desde Córdoba?

S.S.: Como ya mencioné, el doctorado nace, de alguna manera, como una suerte de herencia de la Maestría en sociosemiótica, que sin duda abrevia, sobre todo, en la tradición francesa del estudio del lenguaje y en muchas de las teorías que, en su momento, en las décadas del sesenta y del setenta, y también en los comienzos de los años 80 del siglo XX, circularon con mucha fuerza. Verón también tiene una incursión en las universidades norteamericanas, de la que algo de eso queda como conceptualizaciones que marcan su propuesta, y con todo ello va a construir su teoría de los discursos sociales o sociosemiótica. Me parece que eso es singular y que es una propuesta muy interesante, sobre todo porque marcó los estudios comunicacionales, o sea, en los espacios de formación donde la problemática de los lenguajes es muy importante, sobre todo en carreras ligadas al campo de la comunicación en sentido amplio. En otros espacios de Argentina, la semiótica que circuló es una semiótica de matriz bajtiniana, y a partir de allí existen otras líneas que dialogan de forma más directa, como puede ser la semiótica de la cultura de Yuri Lotman.

En el caso específico de Angenot, me parece que hay una particularidad. Yo me acuerdo que conocí a Angenot a comienzos de los años 90, por traducciones realizadas en ese momento por Nicolás Rosa, si mal no recuerdo, y porque María Teresa Dalmasso –que es la quien impulsó y sostuvo la creación del Doctorado en semiótica–, introdujo en sus cátedras algunos textos de la obra de Angenot. A partir de ahí se promovieron equipos de investigación ligados, por ejemplo, al estudio del discurso social argentino. Creo que a partir

de entonces empieza a circular fuertemente la propuesta de Angenot, y va a ser retomada sobre todo por aquellos más interesados en el campo del análisis del discurso, y más recientemente se va a articular fuertemente con aquellos investigadores que les interesa trabajar el discurso político, sobre todo en una matriz retórica-argumentativa.

Así, la sociosemiótica, la semiótica bajtiniana y lotmaniana, y la sociopragmática constituyen tres patas conceptuales que en este nuevo milenio marcan la mirada teórico-metodológica de muchos estudios semióticos, sin que ello signifique no considerar también otras líneas o trabajos de investigación que se encuadran dentro de esta perspectiva.

B.D.: Hay una discusión interesante que quizás excede esta entrevista, pero que vale la pena mencionar. En algunas lecturas del campo semiótico, como en el prólogo del libro de Angenot *El discurso social*. Los límites históricos de lo pensable y lo decible, María Teresa Dalmasso y Norma Fatale (2012) parecen buscar una articulación entre la propuesta de Angenot y la de Verón. ¿Cómo ves esa tentativa de diálogo teórico? ¿Coincidís con quienes sostienen que hay una distancia insalvable entre ambas perspectivas?

S.S.: No es lo mismo la propuesta veroniana que la del discurso social de Angenot, o la de otros analistas del discurso, aunque todos hablen de discurso. Yo creo que lo que ellas intentan señalar es que hay un sustrato, digamos, o algunos elementos comunes, que tienen que ver –también, nuevamente– con toda una serie de investigadores que les interesa trabajar las prácticas, el sentido como resultado de prácticas sociales e históricas. Pero cada uno va a conceptualizar esa mirada y el objeto de esa mirada –que es el discurso– con alcances distintos.

Y eso va a trasuntar en propuestas metodológicas también diferentes: para construir el corpus, para abordar el análisis de ese corpus, para dar cuenta de ciertos objetivos. En algún punto, uno puede encontrar líneas en común, en contacto, entre Verón, Angenot, el círculo bajtiniano, Lotman, y tantos y tantos otros, porque hay esa búsqueda, y tiene que ver con una mirada muy de época que llega hasta nuestros días. Pero también, al mismo tiempo que uno puede encontrar muchos aspectos comunes, me parece que también se pueden ver formas diferentes de plantear el desarrollo de las investigaciones, porque persiguen objetivos distintos. Además de que responden a tradiciones singulares: habría que establecer desde dónde están pensando y para qué están pensando, en relación con la gran problemática de la significación en esta contemporaneidad.

B.D.: Quisiera ahora que nos detuviéramos en las imágenes. ¿Qué lugar te parece que ocupan hoy en la sociedad contemporánea, especialmente desde una mirada semiótica? ¿Qué aspectos nuevos te parece que presentan respecto de hace 20 años, por ejemplo, en términos de circulación, visibilidad o potencia

significante? En este contexto de redes sociales y sobreabundancia visual, ¿qué lugar crees que tiene –o debería tener– el análisis de las imágenes?

S.S.: Bueno, hay distintos niveles para responder estas preguntas, porque en realidad las imágenes, en sus distintas formas, han estado presentes desde tiempo inmemoriales, incluso la escritura tiene que ver con un nivel imagético. Tiene una larga historia. Me parece que esa distinción entre el análisis lingüístico y el análisis de otros sistemas de significación, entre los cuales están las imágenes, también tiene que ver con el lugar estratégico que adquirió el desarrollo de los estudios lingüísticos, como una disciplina señera que, de alguna manera, marcó un horizonte sobre cómo formalizar y trabajar los lenguajes. Es lo que podríamos llamar esa suerte de logocentrismo, que por lo menos ha marcado fuertemente las investigaciones e incluso la percepción que tenemos de los procesos comunicacionales en la cultura occidental, ya que no me animo a plantearlo como un universal.

Eso, por un lado, tiene que ver con una cuestión histórica y estratégica, que está vinculada con esto que conversábamos antes: ciertos arreglos político-burocráticos que nos hacen creer que el único sistema de significación es el lingüístico. Pero las imágenes han estado siempre ahí. A mí me parece que se presenta como algo nuevo, pero no tiene nada de nuevo, creo que lo que parece novedoso por el desarrollo de ciertos dispositivos comunicacionales, en realidad no lo es. Su presencia ha acompañado los procesos de humanización, podríamos decir, al menos en la cultura occidental, y eso en términos muy generales y dicho de manera bastante bruta. Y, por otro lado, también está ligado a esto la cuestión de cómo investigar o trabajar con las imágenes. Esto que planteaba antes: la tradición de los estudios semiológicos o semióticos y su campo de influencia, ha sido una tradición marcada por el logocentrismo, por la primacía del modelo de la lengua. Tiene que ver con la construcción de un objeto que aparece muy singular, muy conceptualizado por los principales referentes de estos campos –por ejemplo, Ferdinand de Saussure y la influencia que tuvo, pero también en Valentín Voloshinov (2009) en su libro *El marxismo y la filosofía del lenguaje*, de 1929–. Ellos establecen una jerarquización entre los sistemas de significación: unos son más importantes que otros por las particularidades que tienen, por toda una manera de construir ese objeto y ubicarlo en relación a otros.

A partir de las conceptualizaciones semióticas de Peirce, y la recuperación que distintos investigadores hacen de sus nociones, se puede pensar la imagen como signo desde un lugar diferente al que tradicionalmente, en el campo de la semiología estructuralista, era abordado. Eso me parece que permite pensar cómo las teorías visibilizan o invisibilizan ciertos objetos y su lugar relativo en la cultura.

Actualmente, las transformaciones sociales, tan significativas y rápidas, generan un efecto por el cual estos dispositivos tecnológicos vinculados a esas

transformaciones nos hacen tomar conciencia de la ubicuidad de las imágenes. Pero casi nunca hay solo imágenes, lo que suele haber son múltiples códigos operando conjuntamente. Eso implica todo un desafío, porque no es lo mismo cómo funcionaban los dispositivos tecnosociales antes, en términos de campo de expectativas, modos de producción, circulación y uso, para robar un poco la idea veroniana de medio, digamos, del dispositivo fotográfico, o del cine, o la televisión, que cómo circulan hoy las imágenes a través de redes y streaming. Y ni hablar cuando muchos de estos discursos audiovisuales son producidos por inteligencia artificial (IA).

Precisamente, cuando uno dialoga con los estudiantes, se detecta que empieza a aparecer un fenómeno muy reciente, la IA, en sus preocupaciones, en sus trabajos, pero aparece solo como un dispositivo que ayuda a la resolución técnica de problemas en la realización audiovisual, por ejemplo. Y me preguntaba: ¿algunas imágenes producidas por IA pueden considerarse artísticas? ¿Cómo aparece la relación entre discursos producidos por IA y el arte?

Hay toda una discusión ética respecto de esos temas, que nos vuelve al comienzo. Creo que el campo de los estudios semióticos y del análisis del discurso, o del nombre que queramos utilizar para dar cuenta de esta problemática ligada al funcionamiento del sentido en nuestra contemporaneidad en relación a distintos fenómenos que están emergiendo, necesariamente requiere o exige articulaciones en distintos campos teóricos y campos disciplinares para poder pensar el alcance de determinados fenómenos, por ejemplo el alcance o el dominio del arte, que no es lo mismo ahora que en el Renacimiento. ¿Qué pasa con estas imágenes generadas por IA? ¿Qué pasa con la idea de verdad? Estamos planteando problemas filosóficos, éticos, técnicos, epistemológicos, políticos, una complejidad que requiere que pase tiempo y tomar distancia para no quedarnos estancados en etiquetas o compartimentos. En este sentido, estaría bueno construir problemas de investigación delimitados y, en función de esos problemas, tratar de echar mano de manera creativa a los recursos que tenemos (teorizaciones, propuestas metodológicas, etc.), y ver en qué medida nos sirven para responder a estas problemáticas.

B.D.: La última pregunta está vinculada a la temática específica de este número de InMediaciones de la Comunicación. ¿Qué reflexión te merece la problemática de los rostros en América Latina?

S.S.: El rostro está ligado a la problemática de la subjetividad, y sin duda eso tiene que ver con configuraciones de sentido que se materializan en los cuerpos que habitamos. Es un territorio que, según las marcas que tenga y quienes lo interpreten, va a determinar el valor que tiene ese espacio corporal. En América Latina se observa con claridad cómo los funcionamientos institucionales, la circulación por los espacios geográficos y de la cotidianeidad están todos marcados por esos rostros que no “valen” igual.

No es lo mismo un rostro indígena, amarronado, que remite a los pueblos originarios y a su lugar social en esta cultura marcada por la xenofobia, o esos rostros oscuros que nos remiten a la herencia afro, que esos rostros blancos que a menudo se presentan como un ideal de belleza y que funcionan como puerta de acceso privilegiado a muchos otros espacios sociales y culturales por inscribirse en lo aceptado y legitimado. Todo eso está inscrito en el cuerpo, y la puerta de entrada a esos valores es el semblante.

REFERENCIAS

Dalmaso, M. T. & Fatale, N. (2012). Presentación. En Angenot, M., *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible* (pp. 9-12). Siglo XXI.

Voloshinov, V. (2009). *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Ediciones Godot.

Nota: El Comité Editorial de la revista aprobó la publicación de la entrevista.



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

IDENTIFICACIÓN DE LA ENTREVISTADA

Sandra Savoini. Doctora en Letras, Magister en Sociosemiótica y Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina). Docente-investigadora categoría I en la Universidad Nacional de Córdoba, donde se desempeña como Profesora Titular en la Facultad de Ciencias Sociales y en la Facultad de Artes, y como Profesora Adjunta en la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Desde el 2016 dirige el Doctorado en semiótica, coorganizado por el Centro de Estudios Avanzados de la Facultad de Ciencias Sociales y la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba. Ha publicado artículos académicos en revistas locales, nacionales e internacionales. Entre las publicaciones más recientes se cuentan la coordinación del dossier *Subjetividades y políticas de vida en la Argentina contemporánea* –junto con Sebastián Gastaldi y Baal Delupi– (2024, Cuadernos del CIPeCo-UNC) y las compilaciones de *Subjetividades contemporáneas en las culturas mediatizadas: centro(s) y periferia(s) discursivas* (2022, Ediciones del Boulevard) y *Marginal. Configuraciones mediáticas de la subjetividad* (2020, Edicea-UNC). Su área de especialización son los estudios semióticos audiovisuales y el análisis del discurso mediático, desde donde contribuye a la formación de estudiantes, tesisistas y becarios de grado y posgrado.

ORCID DE LA ENTREVISTADA: <https://orcid.org/0000-0002-4356-0046>

El Comité Académico de *InMediaciones de la Comunicación* agradece la colaboración de los asesores de la revista, a los colaboradores permanentes y, en particular, a los evaluadores *ad hoc* que se mencionan a continuación, quienes realizaron una lectura comprometida y rigurosa de los artículos postulados y permitieron completar el proceso de arbitraje necesario para el armado de los números publicados.

- Adrián Ruiz Cañero. Universidad de Zaragoza, España. aruizcagnero@gmail.com
- Alejandro Milotich. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. alemilotich.94@gmail.com
- Alicia López Balsas. Universidad Complutense de Madrid, España. alicol13@ucm.es
- Aline Weschenfelder. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil. alinewes@gmail.com
- Bruno Surace. Università di Torino, Italia. b.surace@unito.it
- Camila Cintra. Universidade de São Paulo, Brasil. camila.cintra@gmail.com
- Carolina Casali. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. carolina.casali@mi.unc.edu.ar
- Clarissa Schwartz. Universidade Federal de Santa Maria, Brasil. clarissaschwartz@yahoo.com.br
- Claudia Ardini. Universidad Nacional de Villa María, Argentina. cardini@unc.edu.ar
- Damián Fraticelli. Universidad de Buenos Aires, Argentina. damianfraticelli@yahoo.com
- Daniela Camezzana. Universidad Nacional de la Plata, Argentina. danielacamezzana@gmail.com
- Daniela Maria Schmitz. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil. daniela.schmitz@ufrgs.br
- Douglas Farias Cordeiro. La Universidad Federal de Goiás, Brasil. cordeiro@ufg.br
- Eduardo Chávez. Université Rennes 2, Francia. keemunyunnan@gmail.com
- Elizabeth Joy Koza Carreira. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. elizabeth.joy.koza@mi.unc.edu.ar
- Emiliano Vargas. Universidad Nacional de Buenos Aires, Argentina. emilianov1988@gmail.com
- Eric Hernán Hirschfeld. Universidad Nacional de Litoral, Argentina. hernan.hirschfeld@gmail.com.
- Esmeralda Gaiteri. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. esmeralda.gaiteri@mi.unc.edu.ar
- Florencia Ríscolo. Universidad Nacional del Litoral, Argentina. riscoloflorencia@gmail.com
- Francisco Cabezuelo Lorenzo. Universidad Complutense de Madrid, España. fcabezuelo@ucm.es
- Gastón Cingolani. Universidad Nacional de las Artes, Argentina. gastoncingolani@gmail.com
- Herivelton Regiani. Universidade Federal de Santa Maria, Brasil. heriveltonreg@gmail.com
- Ignacio Jairala. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. ijairala@unc.edu.ar
- Irene Gindin. Universidad Nacional de Rosario, Argentina. iregindin@hotmail.com
- Isabel Posligua. Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador. mposligua@upse.edu.ec
- João Damásio. Universidade Federal de Uberlândia, Brasil. joadamasio@ufu.br
- Jorge Acevedo. Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú. jacevedo@pucp.pe
- Jorge Eduardo Urueña Lopez. Pontificia Universidad Javeriana, Colombia. uruena.jorge@javeriana.edu.co
- Juan Carlos Mendoza Collazos. Universidad Nacional de Colombia, Colombia. jcmendozaacol@unal.edu.co
- Juan Enrique González Vallés. Universidad Complutense de Madrid, España. jegonzalvez@ucm.es
- Juan Manuel López Muñoz. Universidad de Cádiz, España. jmanuel.lopez@gm.uca.es
- Juan Martín Zanotti. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. jmartinzanotti@gmail.com

- Juan Ramírez Martínez. Universidad de Oriente, Cuba. florentino53@gmail.com
- Juan Wilfredo Ruiz Goyco. Pontificia Universidad Javeriana, Colombia. ruizjw@javeriana.edu.co
- Julia de Diego. Universidad Nacional de Río Negro, Argentina. juliadediego@gmail.com
- Karina Abdala. Universidad de la República, Uruguay. karinaabdala13@gmail.com
- Karla Patriota - Universidade Federal de Pernambuco, Brasil. k.patriota@gmail.com
- Lucía Cantamutto. Universidad Nacional de Río Negro, Argentina. lcantamutto@unrn.edu.ar
- Lucia Cespedes. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. lucia.cespedes@unc.edu.ar
- Luciana Almada. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. - luciana.v.almada@gmail.com
- Luis Pimentel. Universidade da Coruña, España. luismanuelpimentel@gmail.com
- Manuel Álvarez-Galeano. Universidad Católica de Cuenca, Ecuador. manuel.alvarez@ucacue.edu.ec
- María Clara Lucifora. Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina. mclucifora@gmail.com
- Maria Cristina Dias Alves Universidade de São Paulo, Brasil. crisdays@gmail.com
- Mariana Busso. Universidad Nacional de Rosario, Argentina. mar_busso@hotmail.com
- Mariana Ferrarelli. Universidad de San Andrés, Argentina. mferrarelli@udesa.edu.ar
- Mariángeles Vallejos. Universidad Nacional de La Plata, Argentina. mariangelesvallejos@gmail.com
- Martín Gendler. Universidad de Buenos Aires, Argentina. martin.gendler@gmail.com
- Mauricio Fanfa. Universidade Federal de Santa Maria, Brasil. mauricio.fanfa@ufsm.br
- Maximiliano de la Puente. Universidad de Buenos Aires, Argentina. maxidelapuerta@gmail.com
- Mon Rodríguez Ammat. University of Sheffield, Inglaterra. mon.rodriguez@sheffield.ac.uk
- Natalia Colombo. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. nvcolombo@gmail.com
- Noelia Jazmín Morales Arbelo. Universidad de Buenos Aires, Argentina. noenemorales@gmail.com
- Omar Layús Ruiz. Universidad Nacional de Santiago del Estero, Argentina. layusruiz@gmail
- Pablo Lara-Navarra. Universitat Oberta de Catalunya, España. plara@uoc.edu
- Pablo Molina Ahumada. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. pablomolina@unc.edu.ar
- Paulo Damián Aniceto. Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina. paulo.aniceto@unc.edu.ar
- Phillip Gripp. Universidade Federal de Santa Maria, Brasil. phidgripp@gmail.com
- Rafael Avalos Pelayo. Universidad Autónoma de Guadalajara, México. ravalos@edu.uag.mx
- Ricardo Diviani. Universidad Nacional de Rosario, Argentina. ricardodiviani@hotmail.com
- Ricardo Dubatti. Universidad Autónoma de Entre Ríos, Argentina. ricardo.dubatti@gmail.com
- Roberto Chiachiri. Universidad Metodista de São Paulo, Brasil. archiachiri@gmail.com
- Rocco Mangieri. Universidad de Los Andes, Venezuela. roccomangieri642@hotmail.com
- Sandra Depexe. Universidade Federal de Santa Maria, Brasil. sandra.depexe@ufsm.br
- Sebastián Matías Gastaldi. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. sebastian.gastaldi@unc.edu.ar
- Thiago Trindade. Universidade Federal de Santa Maria, Brasil. thiagotrindade95@gmail.com
- Valeria March. Universidad Nacional de Tres de Febrero, Argentina. valeria.r.march@gmail.com

DECLARACIÓN DE ÉTICA EDITORIAL Y BUENAS PRÁCTICAS

La Universidad ORT Uruguay se compromete a garantizar la ética de los manuscritos que se publican en la revista *InMediaciones de la Comunicación*. Es imprescindible que todas las partes implicadas en el proceso editorial, tanto el equipo editorial —dirección, Editores Asociados, Comité Académico, Personal Técnico, Editor/a Invitado/a— como los autores y los árbitros externos, conozcan y acaten los criterios establecidos y respeten las directrices fijadas para la publicación de artículos, reseñas, entrevistas y otros géneros de la producción académica. *InMediaciones de la Comunicación* adhiere al código ético y la declaración de buenas prácticas editoriales señaladas por el *Committee on Publication Ethics (COPE)* y a las sugerencias y recomendaciones establecidas en la Declaración de San Francisco sobre la Evaluación de la Investigación (DORA) para garantizar las buenas prácticas relativas a la evaluación de las producciones científico-académicas. Asimismo, *InMediaciones de la Comunicación* se rige de acuerdo con lo establecido en la Declaración de Singapur de Integridad de la investigación.

1. Ética para el Equipo Editorial

- Se responsabilizan de publicar o no los manuscritos postulados. Los mismos serán evaluados sin tener en cuenta la religión, la orientación sexual o política, el origen étnico, la pertenencia institucional, la ciudadanía o cualquier otra particularidad ajena a los parámetros académicos y criterios editoriales fijados por *InMediaciones de la Comunicación*.
- Se comprometen a publicar directrices actualizadas para los autores en las que se establecen las responsabilidades de quienes envíen la postulación de manuscritos y las normas de estilo que deben presentar los materiales enviados a la revista (Directrices para autores/as). También se comprometen a especificar el sistema de arbitraje utilizado para evaluar los manuscritos y los parámetros de evaluación que los árbitros externos deben tener en cuenta.
- Se comprometen a garantizar la confidencialidad del proceso de evaluación. El mismo engloba el anonimato de los árbitros externos y de los autores y la privacidad del dictamen producido, de los contenidos evaluados y de los intercambios o consultas que le sean planteados a los Editores Asociados, el Comité Académico y el Editor/a Invitado/a.
- Garantizan la publicación de las correcciones, aclaraciones y/o disculpas en todos los casos que se considere necesario.
- Se responsabilizan de que los artículos recibidos no serán utilizados como insumo de otras investigaciones ni serán objeto de ningún tipo de manipulación sin el consentimiento de sus autores.

- Se comprometen a tener un estricto respeto por la autoría. Los textos serán sometidos a control de plagio usando el servicio de prevención Turnitin (Control y detección de plagio) y se tomarán medidas razonables para impedir la publicación de manuscritos en los que se hayan producido casos de mala conducta en la investigación.
- Procurarán evitar conflictos de intereses teniendo en cuenta las fuentes de financiamiento y la afiliación de los autores a la hora de seleccionar a los árbitros externos.
- Declaran su compromiso por el respeto y la integridad de los manuscritos que ya se han publicado.

2. Ética para los autores

- Se hacen responsables de las postulaciones, del contenido y de las opiniones expresadas en los manuscritos enviados a *InMediaciones de la Comunicación*. Deben garantizar que son titulares o cotitulares del manuscrito postulado y, por lo tanto, son también propietarios de sus derechos de propiedad intelectual (Documento de derechos de los autores y originalidad).
- Deben enviar manuscritos originales redactados por quienes declaran su autoría y garantizar que no serán sometidos a consideración de otras publicaciones mientras se encuentre en proceso de evaluación. La revista considera que un manuscrito es original cuando no ha sido publicado en una revista académica o como capítulo de un libro digital o impreso, ni se encuentra en proceso de evaluación en otra publicación.
- En caso de que el manuscrito postulado recoja adelantos de investigaciones previamente presentadas en Jornadas, Coloquios y/o Congresos o tenga su origen en una tesis de grado o posgrado, los autores deben incluir una nota explicativa en la que se indique el primer lugar en que fueron presentados. *InMediaciones de la Comunicación* no considera como una publicación previa a los resúmenes o adelantos expuestos en eventos académicos como los anteriormente mencionados o están disponibles como documentos de investigación en repositorios institucionales, temáticos o generales. Asimismo, los manuscritos postulados pueden tener su origen en tesis de grado o posgrado. No podrán, en ningún caso, conservar el mismo título de su primera versión.
- Deben expresar que los contenidos, materiales o recursos utilizados en el manuscrito no infringen los derechos de autor de terceros. En caso de reproducir material con derechos de autor (fotografías, imágenes fijas o en movimiento, figuras, videos, infografías o cualquier tipo de material publicado anteriormente) deben ser citados o indicados en el cuerpo

del manuscrito y, en caso de ser necesario, obtener y enviar el permiso correspondiente para ser publicado en *InMediaciones de la Comunicación* en formato impreso y en línea. Se supondrá que cualquier material recibido sin estas citas o permisos proviene de los autores del manuscrito postulado.

- En el caso de manuscritos postulados por dos o más autores deben indicar el orden de aparición y, al final del manuscrito, señalar las contribuciones o aportes realizados por cada autor/a tal como se indica en Envíos (Directrices para autores/as). Además, deben presentar una constancia que exprese el consentimiento de todos los autores para su publicación.
- Se comprometen a reconocer e indicar posibles conflictos de intereses que podrían ser percibidos como sesgo del manuscrito. En tal sentido, y en caso de que los autores del manuscrito reciban algún tipo de apoyo financiero, deberán incluir una nota en la que se indique su procedencia.
- Se comprometen a informar al Director, a los Editores Asociados, el Comité Académico y el Editor/a Invitado/a cuando detecten un error relevante en los manuscritos publicados, con el fin de rectificar e introducir las correcciones que sean necesarias.

3. Ética para los árbitros externos

- Se comprometen a hacer una revisión rigurosa, crítica e imparcial del manuscrito evaluado. Deben garantizar su aceptación o su rechazo de acuerdo a la pertinencia y relevancia temática, la innovación o novedad de los contenidos, el planteamiento de la metodología utilizada, la coherencia del análisis realizado y el cumplimiento de las normas de presentación exigidos por la revista. Para tal fin, el arbitraje debe tener en cuenta los parámetros o rúbricas de evaluación que se establecen en la Ficha de evaluación.
- Deben tener en cuenta las mismas recomendaciones éticas y de confidencialidad señaladas en Ética para el Equipo Editorial.
- Se comprometen a no difundir ni utilizar, bajo ninguna circunstancia, los contenidos de los artículos evaluados. Solamente será posible con el permiso explícito de los autores y la dirección y/o los Editores Asociados y el Comité Académico de la revista *InMediaciones de la Comunicación*.
- Se comprometen a respetar el plazo de evaluación establecido por los Editores Asociados y el Comité Académico: 20 días a partir del envío

del manuscrito postulado. En caso de contingencias que impidan su cumplimiento deben anotar a la dirección de la revista o a un miembro de los Editores Asociados o el Comité Académico con la antelación suficiente para que la revista pueda tomar una decisión y responder al cronograma de evaluaciones previsto.

- Deberán comunicar a la dirección de la revista o a un miembro de los Editores Asociados o el Comité Académico la existencia de conflictos de intereses o falta de idoneidad y experticia para evaluar el manuscrito asignado.
- Deberán comunicar a la dirección de la revista o a un miembro de los Editores Asociados y el Comité Académico en caso de detectar un posible plagio o incumpliendo ético.
- Evitarán sugerir citas de sus propios artículos o producción académica con el fin de ampliar citas propias o del equipo de investigación al cual pertenece.

4. Violación de la ética editorial

InMediaciones de la Comunicación hará un estricto seguimiento para garantizar el cumplimiento de la ética y las buenas prácticas editoriales. En tal sentido, y en concordancia con lo establecido por COPE, las acusaciones de presuntas faltas o la detección de una posible anomalía implicará la activación de un protocolo que, en términos generales, dispone de los siguientes pasos:

- Se realizará una reunión entre los Editores Asociados y el Comité Académico en la que se evaluará la pertinencia de la acusación realizada o de la detección de una posible anomalía.
- Los Editores Asociados y miembros del Comité Académico elaborarán un informe en el que se contemplarán las medidas o acciones a seguir de acuerdo a los criterios generales y la Declaración de ética editorial y buenas prácticas de *InMediaciones de la Comunicación*.
- Se les comunicará a los autores la acusación recibida o la detección de una posible falta o anomalía.
- Se establecerá un plazo no mayor a 10 días, de acuerdo al tipo de falta o anomalía sujeta a consideración, para que los autores realicen las aclaraciones o el descargo que estimen pertinentes.
- En caso de ser necesario, se consultará a los asesores legales de la Universidad ORT Uruguay.
- Los Editores Asociados y el Comité Académico aplicarán las medidas que se determinen. De comprobarse la anomalía o la falta denunciada: el manuscrito postulado será rechazado. En caso de que el manuscrito ya estuviera publicado: será retirado del número de *InMediaciones de la Comunicación* y se realizará la retractación correspondiente. El autor no podrá publicar más en la revista.

5. Revisiones y correcciones posteriores a la publicación

InMediaciones de la Comunicación garantiza la publicación de las correcciones, aclaraciones y/o disculpas en todos los casos que se considere necesario. Los reclamos se recibirán en el siguiente correo electrónico: inmediaciones@ort.edu.uy

6. Control y detección de plagio

Los manuscritos serán sometidos a control de plagio usando el servicio de prevención Turnitin que sirve para revelar copias textuales de los recursos procedentes de Internet. Dicho control se hace en dos instancias del proceso de evaluación: al recibir la postulación de un manuscrito y, posteriormente, antes de su publicación (es decir, luego de haber atravesado el proceso de evaluación y una vez que se hayan realizado las modificaciones sugeridas por los árbitros externos). En caso de identificar un posible plagio, los Editores Asociados y el Comité Académico de la revista darán inicio al protocolo establecido por InMediaciones de la Comunicación conforme a los criterios establecidos en Violación de la ética editorial. Dicho control incluye el autoplagio o el uso extendido de frases idénticas de un manuscrito ya publicado por el mismo autor. Los Editores Asociados y el Comité Académico le comunicarán los resultados del control de plagio a los autores responsables y se les solicitará que en un plazo de 10 días realicen las aclaraciones pertinentes antes de definir si se trata de un comportamiento de plagio. Aquel manuscrito en el que se compruebe tal comportamiento no será publicado.

STATEMENT OF EDITORIAL ETHICS AND GOOD PRACTICES

The School of Communication of the Faculty of Communication & Design, Universidad ORT Uruguay is committed to guaranteeing the ethics of the manuscripts that are published in the journal *InMediaciones de la Comunicación*. It is essential that all parties involved in the editorial process, both the Editorial Team —Director, Associate Editors, Academic Committee, Technical Staff, Guest Editor— as well as the authors and external referees, know and abide by the established criteria and respect the guidelines established for the publication of articles, reviews, interviews and other genres of academic production. *InMediaciones de la Comunicación* adheres to the code of ethics and the declaration of good editorial practices indicated by the Committee on Publication Ethics (COPE) and to the suggestions and recommendations established in the San Francisco Declaration on Research Evaluation (DORA) to guarantee good practices related to the evaluation of scientific-academic productions.

1. Ethics for the Editorial Team

- The Editorial Team is responsible for publication or not the postulated manuscripts. They will be evaluated without taking into account religion, sexual or political orientation, ethnic origin, institutional membership, citizenship or any other peculiarity outside the academic parameters and editorial criteria set by *InMediaciones de la Comunicación*.
- They undertake to publish updated guidelines for authors, establishing the responsibilities of those who submit the manuscript application and the required style standards for the materials sent to the journal (Guidelines for authors). They also undertake to specify the arbitration system used to evaluate the manuscripts and the evaluation parameters that external referees must take into account.
- They undertake to guarantee the confidentiality of the evaluation process. It encompasses the anonymity of external referees and authors and the privacy of the opinions produced, the content evaluated and the exchanges or queries raised to the Associate Editors, Academic Committee and the Guest Editor.
- They guarantee the publication of corrections, clarifications and/or

apologies in all cases deemed necessary.

- They are deemed responsible for the articles received not to be used as input for other research, nor be subject to any type of manipulation without the consent of their authors.
- They undertake to have strict respect for authorship. The texts will be subjected to plagiarism control using the Turnitin prevention service (Plagiarism control and detection) and reasonable measures will be taken to prevent the publication of manuscripts in which there have been cases of misconduct in the research.
- They will try to avoid conflicts of interest, taking into account the sources of funding and the affiliation of the authors when selecting the external referees.
- They declare their commitment to the respect and integrity of the manuscripts already been published.

2. Ethics for authors

- Authors are responsible for the applications, the content and the opinions expressed in the manuscripts sent to *InMediaciones de la Comunicación*. They must guarantee they are the owners or co-owners of the nominated manuscript and, therefore, they are also owners of its intellectual property rights (Document of authors' rights and originality).
- They must send original manuscripts written by those who declare their authorship and guarantee that they will not be submitted for consideration by other publications while it is in the evaluation process. The journal considers a manuscript to be original when it is unpublished: that is, when it has not been published in an academic journal or as a chapter in a digital or printed book, nor is it undergoing evaluation in another publication.
- In the event the postulated manuscript includes advances in research previously presented in Conferences, Colloquia and / or Congresses, or has its origin in a graduate or postgraduate thesis, the authors must include an explanatory note indicating the first place in which the advances were presented. *InMediaciones de la Comunicación* does not consider as a prior publication the abstracts or advances presented in academic events such as those mentioned above or are available as research documents in institutional, thematic or general repositories. Likewise, the postulated manuscripts may have their origin in undergraduate or graduate thesis. They may not, in any case, keep the same title as its first version.
- They must express that the contents, materials or resources used in the

manuscript do not infringe the copyrights of third parties. In case of reproducing copyrighted material (photographs, still or moving images, figures, videos, infographics or any type of previously published material) they must be cited or indicated in the manuscript's body and, if necessary, obtain and send the corresponding permission to be published in *InMediaciones de la Comunicación* in print and online. Any material received without these citations or permissions will be presumed to come from the authors of the nominated manuscript.

- In the case of manuscripts postulated by two or more authors, they must indicate the order of appearance and, at the end of the manuscript, indicate in percentages the contributions or contributions made by each author. In addition, they must present a certificate that expresses the consent of all the authors for its publication.
- They undertake to recognize and indicate possible conflicts of interest that could be perceived as bias in the manuscript. In this sense, and in the event the authors of the manuscript receive any type of financial support, they must include a note indicating their origin.
- They undertake to inform the Director, the Associate Editors, the Academic Committee and the Guest Editor when they detect a relevant error in the published manuscripts, in order to rectify and introduce the necessary corrections.

3. Ethics for external referees

- They undertake to make a rigorous, critical and impartial review of the evaluated manuscript. They must guarantee their acceptance or rejection according to the thematic relevance and relevance, the innovation or novelty of the contents, the approach to the methodology used, the coherence of the analysis carried out and compliance with the presentation rules required by the journal. For this purpose, the arbitration must take into account the evaluation parameters or rubrics that are established in the Evaluation Form.
- They must take into account the same ethical and confidentiality recommendations indicated in *Ethics for the Editorial Team*.
- They undertake not to disseminate or use, under any circumstances, the contents of the articles evaluated. It will only be possible with the explicit permission of the authors and the directors and/or the Associate Editors and the Academic Committee of the *InMediaciones de la Comunicación* journal.
- They undertake to respect the evaluation period established by the

Associate Editors and Academic Committee: 20 days from submission of the nominated manuscript. In case of contingencies preventing compliance, they must notify the Director or a member of the Associate Editors or the Academic Committee sufficiently in advance so that the journal can make a decision and respond to the planned evaluation schedule.

- They must notify the Director or a member of the Associate Editors and the Academic Committee of the existence of conflicts of interest or lack of suitability and expertise to evaluate the assigned manuscript.
- They must notify the Director or a member of the Associate Editors and the Academic Committee in the event of detecting possible plagiarism or breach of ethics.
- They will avoid suggesting citations from their own articles or academic production in order to expand their own citations or those of the research team they belong to.

4. Violation of editorial ethics

InMediaciones de la Comunicación will monitor strictly to ensure compliance with ethics and good editorial practices. In this sense, and in accordance with the provisions of COPE, the accusations of alleged misconduct or the detection of a possible anomaly will imply the activation of a protocol, in general terms, with the following steps:

- A meeting will be held between the members of the Associate Editors and the Academic Committee where the relevance of the accusation made, or the detection of a possible anomaly, will be evaluated.
- The Associate Editors and the Academic Committee will prepare a report contemplating the measures or actions to be undertaken in accordance with the general criteria and the Declaration of Editorial Ethics and Good Practices of the journal.
- The authors will be informed of the accusation received or the detection of a possible fault or anomaly.
- A period of no more than 10 days will be established, according to the type of fault or anomaly subject to consideration, for the authors to make the clarifications or discharge they deem pertinent.
- If necessary, the legal advisors of Universidad ORT Uruguay will be consulted.
- The Associate Editors or the Academic Committee will apply the measures determined. If the anomaly or fault reported is verified: the

manuscript will be rejected. If the manuscript is already published: it will be removed from the InMediaciones de la Comunicación. Issue and the corresponding retraction will be made. The author will be prevented from any future publishing in the journal.

5. Revisiones y correcciones posteriores a la publicación

InMediaciones de la Comunicación garantiza la publicación de las correcciones, aclaraciones y/o disculpas en todos los casos que se considere necesario. Los reclamos se recibirán en el siguiente correo electrónico: inmediaciones@ort.edu.uy

6. Plagiarism control and prevention

Manuscripts will be subjected to plagiarism control using the Turnitin prevention service that is used to reveal verbatim copies of resources from the Internet. This control is carried out in two stages of the evaluation process: upon receipt of a manuscript's application and, subsequently, before its publication (that is, after having gone through the evaluation process and once the modifications suggested by the external arbitrators, have been made). In case of identifying a possible plagiarism, the members of the Associate Editors and the Academic Committee of the journal will initiate the protocol established by in accordance with the criteria established in Violation of editorial ethics. Such control includes self-plagiarism or the extended use of identical phrases from a manuscript already published by the same author. The Associate Editors and the Academic Committee will communicate the results of the plagiarism control to the responsible authors and they will be asked to make the pertinent clarifications within 10 days before defining whether it is plagiarism behaviour. Manuscripts in which such behaviour is verified will not be published.

DECLARAÇÃO DE ÉTICA EDITORIAL E BOAS PRÁTICAS

A Universidad ORT Uruguay tem o compromisso de garantir a ética dos manuscritos publicados na revista *InMediaciones de la Comunicación*. É imprescindível que todas as partes envolvidas no processo editorial, tanto a equipe editorial – diretoria, Editores Associados, Comitê Acadêmico, Funcionários Técnicos, Editor/a Convidado/a – quanto os autores e pareceristas externos, conheçam e aceitem os critérios propostos e respeitem as diretrizes estabelecidas para a publicação de artigos, resenhas, entrevistas e outros gêneros de produção acadêmica. *InMediaciones de la Comunicación* adere ao código de ética e à declaração de boas práticas editoriais delineadas pelo Committee on Publication Ethics (COPE) e às sugestões e recomendações estabelecidas na Declaração de São Francisco sobre Avaliação de Pesquisa (DORA) para garantir boas práticas na avaliação das produções científico-acadêmicas. Da mesma forma, *InMediaciones de la Comunicación* é regida conforme as disposições da Declaração de Singapura de Integridade da Pesquisa.

1. Ética para a Equipe Editorial

- Responsabiliza-se pela publicação ou não publicação dos manuscritos enviados. Os manuscritos serão avaliados sem levar em conta a religião, orientação sexual ou política, origem étnica, afiliação institucional, cidadania ou qualquer outra particularidade fora dos parâmetros acadêmicos e critérios editoriais estabelecidos pela revista *InMediaciones de la Comunicación*.
- Compromete-se a publicar diretrizes atualizadas para os autores que estabelecem as responsabilidades daqueles que submetem pedidos de manuscritos e os padrões de estilo que devem ser aplicados aos materiais submetidos à revista (Diretrizes para autores/as). Também, compromete-se a especificar o sistema de arbitragem utilizado para avaliar os manuscritos e os parâmetros de avaliação que os pareceristas externos devem levar em conta.
- Compromete-se a garantir a confidencialidade do processo de avaliação. Isto inclui o anonimato dos pareceristas externos e dos autores e a privacidade do parecer produzido, do conteúdo avaliado e das trocas ou consultas que são levantadas com os Editores Associados, o Comitê

Acadêmico e o Editor Convidado.

- Garante a publicação de correções, esclarecimentos e/ou desculpas em todos os casos em que for considerado necessário.
- Responsabiliza-se por garantir que os artigos recebidos não serão utilizados como insumo para outras pesquisas ou que não estarão sujeitos a qualquer tipo de manipulação sem o consentimento de seus autores.
- Compromete-se a ter um respeito estrito pela autoria. Os textos serão verificados quanto a plágio utilizando o serviço de prevenção de plágio de Turnitin (Controle e detecção de plágio) e serão tomadas medidas razoáveis para evitar a publicação de manuscritos nos quais tenham ocorrido casos de má conduta na pesquisa.
- Procurará evitar conflitos de interesse levando em conta as fontes de financiamento e a afiliação de autores ao selecionar pareceristas externos.
- Declara seu compromisso com respeito e integridade dos manuscritos que já foram publicados.

2. Ética para os autores

- São responsáveis pelas submissões, conteúdo e opiniões expressas nos manuscritos enviados à *InMediaciones de la Comunicación*. Os autores devem garantir que são os titulares ou cotitulares do manuscrito apresentado e, portanto, são também os proprietários de seus direitos de propriedade intelectual (Documento de direitos de autoria e de originalidade).
- Devem apresentar manuscritos originais escritos por aqueles que declaram sua autoria e garantir que não serão submetidos à consideração de outras publicações enquanto o manuscrito estiver em avaliação. A revista considera um manuscrito original quando é inédito: isto é, quando não foi publicado em uma revista acadêmica ou como capítulo de um livro digital ou impresso, nem está em processo de avaliação em outra publicação.
- Caso o manuscrito enviado recolher avanços de pesquisa previamente apresentados em Conferências, Colóquios e/ou Congressos ou tenha sua origem em uma tese de graduação ou pós-graduação, os autores devem incluir uma nota explicativa indicando o primeiro lugar em que foram apresentados. *InMediaciones de la Comunicación* não considera como prévia publicação resumos ou avanços apresentados em eventos acadêmicos como os mencionados acima ou disponíveis como documentos de pesquisa em repositórios institucionais, temáticos ou gerais. Da mesma forma, os manuscritos enviados podem ter sua origem em

teses de graduação ou pós-graduação. Sob nenhuma circunstância, poderão manter o mesmo título que sua primeira versão.

- Devem declarar que os conteúdos, materiais ou recursos utilizados no manuscrito não infringem os direitos autorais de terceiros. No caso de reprodução de material protegido por direitos autorais (fotografias, imagens fixas ou em movimento, figuras, vídeos, infografias ou qualquer tipo de material publicado anteriormente) devem ser citados ou indicados no corpo do manuscrito e, se necessário, obter e enviar a permissão correspondente para ser publicado na *InMediaciones de la Comunicación* em formato impresso e on-line. Qualquer material recebido sem estas citações ou permissões será assumido como sendo dos autores do manuscrito submetido.
- No caso de manuscritos submetidos por dois ou mais autores, eles devem indicar a ordem de aparecimento e, ao final do manuscrito, indicar em porcentagens as contribuições feitas por cada autor/a, conforme indicado em Envios (Diretrizes para autores/as). Além disso, devem apresentar uma declaração expressando o consentimento de todos os autores para a publicação.
- Comprometem-se a reconhecer e indicar possíveis conflitos de interesse que poderiam influenciar em uma avaliação imparcial do manuscrito. A este respeito, e caso os autores do manuscrito recebam qualquer tipo de apoio financeiro, eles devem incluir uma nota indicando a fonte de tal apoio.
- Comprometem-se a informar à diretoria, aos Editores Associados, ao Comitê Acadêmico e ao Editor/a Convidado/a quando descobrirem um erro relevante nos manuscritos publicados, a fim de retificar e introduzir as correções necessárias.

3. Ética para os pareceristas externos

- Comprometem-se a realizar uma revisão rigorosa, crítica e imparcial do manuscrito avaliado. Eles devem garantir sua aceitação ou rejeição de acordo com a pertinência e relevância temática, inovação ou novidade do conteúdo, abordagem da metodologia utilizada, coerência da análise realizada e o cumprimento das normas de apresentação exigidas pela revista. Para isso, o parecerista deve levar em conta os parâmetros ou rubricas de avaliação estabelecidos na Ficha de avaliação.
- Devem levar em conta as mesmas recomendações éticas e de confidencialidade indicadas na Ética para a Equipe Editorial.
- Comprometem-se a não divulgar ou utilizar, sob nenhuma

circunstância, o conteúdo dos artigos avaliados. Isto só será possível com a permissão explícita dos autores e da diretoria e/ou dos Editores Associados e o Comitê Acadêmico da revista *InMediaciones de la Comunicación*.

- Comprometem-se a respeitar o prazo de avaliação estabelecido pelos Editores Associados e o Comitê Acadêmico: 20 dias a partir da data de apresentação do manuscrito. Em caso de contingências que os impeçam de cumprir, devem notificar o editor ou um membro do Comitê Acadêmico com antecedência suficiente para que a revista possa tomar uma decisão e responder ao cronograma de avaliação planejado.
- Deverão notificar a diretoria da revista ou um membro dos Editores Associados ou o Comitê Acadêmico sobre quaisquer conflitos de interesse ou falta de adequação e especialização para avaliar o manuscrito designado.
- Deverão comunicar a diretoria da revista ou um membro dos Editores Associados e o Comitê Acadêmico no caso de detecção de possível plágio ou não conformidade ética.
- Evitarão sugerir citações de seus próprios artigos ou produção acadêmica para aumentar suas próprias citações ou as da equipe de pesquisa à qual pertencem.

4. Violação da ética editorial

InMediaciones de la Comunicación monitorará estritamente para assegurar o cumprimento da ética editorial e das boas práticas editoriais. A este respeito, e de acordo com as disposições da COPE, as acusações de supostas más condutas ou a detecção de uma possível irregularidade ativarão um protocolo que, em termos gerais, prevê os seguintes passos:

- Será realizada uma reunião entre os Editores Associados e o Comitê Acadêmico na qual será avaliada a relevância da acusação feita ou a detecção de uma possível irregularidade.
- Os Editores Associados e membros do Comitê Acadêmico elaborarão um relatório que incluirá as medidas ou ações a serem tomadas de acordo com os critérios gerais e a Declaração de ética editorial e boas práticas da *InMediaciones de la Comunicación*.
- Os autores serão informados da acusação recebida ou da detecção de uma possível falha ou irregularidade.
- Será estabelecido um período não superior a 10 dias, de acordo com o tipo de falha ou irregularidade em consideração, para que os autores façam quaisquer esclarecimentos ou defesas que considerem apropriados.

- Se necessário, serão consultados os assessores jurídicos da Universidad ORT Uruguay.
- Os Editores Associados e o Comitê Acadêmico aplicarão as medidas determinadas. Se a irregularidade ou falha denunciada for comprovada, o manuscrito será rejeitado. Se o manuscrito já tiver sido publicado, ele será retirado da edição da *InMediaciones de la Comunicación* e uma retração correspondente será feita. O autor não poderá mais publicar na revista.

5. Revisões e correções pós-publicação

InMediaciones de la Comunicación garante a publicação das correções, esclarecimentos e/ou desculpas em todos os casos que forem necessários. As reclamações serão recebidas pelo seguinte e-mail: inmediaciones@ort.edu.uy

6. Controle e detecção de plágio

Os manuscritos serão controlados quanto a plágio usando o serviço de prevenção de plágio de Turnitin, que é usado para revelar a cópia literal dos recursos procedentes da Internet. Esta verificação é realizada em duas etapas do processo de avaliação: ao receber um manuscrito submetido e depois antes da publicação (ou seja, após o manuscrito ter passado pelo processo de avaliação e após terem sido feitas as modificações sugeridas pelos pareceristas externos). No caso de identificar um possível plágio, os Editores Associados e o Comitê Acadêmico da revista iniciarão o protocolo constituído pela revista InMediaciones de la Comunicación de acordo com os critérios estabelecidos em Violação da ética editorial. Esta verificação inclui autoplágio ou o uso estendido de frases idênticas de um manuscrito já publicado pelo mesmo autor. Os Editores Associados e o Comitê Acadêmico da revista comunicarão os resultados da verificação do plágio aos autores responsáveis e eles serão solicitados a prestar esclarecimentos pertinentes dentro de 10 dias antes de decidir se há um caso de plágio. O manuscrito que apresentar plágio comprovado não será publicado.



JUNIO 2025

Facultad de Comunicación
Escuela de Comunicación

Av. Uruguay 1185, 11.100, Montevideo Uruguay. Tel.: (0598) 2 902 1505 - <https://fcd.ort.edu.uy>
www.ort.edu.uy