

Fake news, comunicación y diseño: trascendencia, impacto y responsabilidad social

*Fake news, communication and design:
transcendence, impact and social responsibility*

Dr. Marco Antonio Marín Álvarez

Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco
marcomarin@azc.uam.mx
ORCID: 0000-0001-6267-6063

Dr. Miguel Ángel Herrera Batista

Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco
mherrera@azc.uam.mx
ORCID: 0000-0002-6666-9706

Mtra. Nancy Alejandra Noriega Tovilla

Benemèrita Universidad Autónoma de Puebla,
nancy.noriega@correo.buap.mx
ORCID: 0000-0002-1329-0583

Recibido: 27/12/2022 **Aceptado:** 26/04/2022

* Como citar este artículo / *How to cite this article:*

Marín Álvarez, M. A., Herrera Batista, M. A., Noriega
Tovilla, N. A. (2023). *Fake news, comunicación y di-
seño: trascendencia, impacto y responsabilidad social.*
un año de diseñarte, mm1, (25), 58-71.

Resumen

En el presente artículo, abordamos el empleo de imágenes en las noticias falsas (fake news) y aplicamos el método iconográfico de Panofsky para analizar el caso específico de la portada de la revista *The Economist* publicada en 2021 en donde se presentó al presidente Constitucional de México, Andrés Manuel López Obrador con muchas falsedades. Realizamos un breve recorrido histórico sobre el uso de las noticias falsas y sus efectos, y a su vez destacamos la importancia de la ética y la responsabilidad del diseñador frente al fenómeno de la inmediatez de las redes sociales y las fake news.

Palabras clave: fake news, diseño y responsabilidad social, método iconográfico, diseño y ética, comunicación.

Orígenes

La propagación de noticias falsas, también llamadas fake news¹ o posverdad², han ocurrido desde tiempos inmemoriales, ya fuera de boca en boca, a través de inscripciones en muros y columnas, tablillas y pergaminos por parte de civilizaciones antiguas; en los libros, con el advenimiento de la imprenta, en los periódicos, durante el siglo XIX; hacia las primeras décadas del siglo XX con el radio y más tarde con la televisión; en lo que ha transcurrido en el presente siglo, se han empleado las tecnologías electrónicas y redes sociales con tales propósitos.

Podríamos hacer una lista interminable de la propagación de noticias falsas a lo largo de la historia de la humanidad, sin embargo, sólo para contextualizar describiremos algunas cuantas de estas noticias falsas.

Argumenta Turner (1995, p. 40) que “entre los griegos Sócrates acusaba a los falsos sofistas quienes, como pregoneros, contaban mentiras y vendían sus escritos”. A lo largo de la Edad Media, se falsificaban documentos eclesiásticos como bulas³ o dispendios, igualmente aquella gran falsedad del siglo de oro de las letras españolas, realizado por Alonso Fernández de Avellaneda en 1614. quien realizó la segunda parte

Abstract

In this article, we address the usage of images in fake news and apply Panofsky's iconographic method to analyze the specific case of the cover of The Economist magazine published in 2021 where the Constitutional President of Mexico, Andrés Manuel López Obrador, was presented with many falsehoods. We take a brief historical tour of the use of fake news and its effects, and at the same time we highlight the importance of ethics and the responsibility of the designer in the face of the phenomenon of the immediacy of social networks and fake news.

Keywords: Fake News (Fake News), Design and Social Responsibility, Iconographic Method, Ethics and Design, Communication.

1. El anglicismo fake news es: “Una información falsa y a veces sensacionalista que se presenta como un hecho y que se publica y se extiende por internet” (Salas Abad, 2019) (Real Academia Española, 2021)(Quin, en Salas Abad, 2019, p. 2).

2. De acuerdo con la Real Academia Española, posverdad es toda “Distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales” (RAE, 2021)

3. Una especie de salvoconducto mediante el cual la autoridad eclesiástica liberaba a sus destinatarios de ciertas obligaciones, castigos, penas, entre otros, o los dotaba de privilegios.

del Quijote o mejor conocido como el Quijote apócrifo, constatándola como verdadera.

En 1835, se publicó lo que se ha dado en llamar la primera fake news de la época moderna: “El gran fraude de la luna”, una serie de seis notas realizadas por el *New York Sun*, uno de los diarios con más credibilidad de la época, en los cuales sostenía que el famoso astrónomo John Herschel⁴ había hallado en la luna hombres voladores, unicornios azules, cangrejos, bosques, lagos, pelícanos y bisontes entre otros seres muy parecidos a los que habitan la tierra, desde luego que estas notas dispararon las ventas del *Sun*, mientras la población neoyorkina no hablaba de otros temas. Estas falsedades generaron un gran debate público, Herschel desmintió las notas y el *Sun* jamás admitió sus mentiras.

No hay duda de que, lo impreso por el diario *The Sun* hace ya casi 200 años y lo publicado en la actualidad en diversos medios y redes sociales no dista mucho entre sí. Al respecto de las mentiras o *fake news* que se publican, comenta István Kornel (2012, p. 431) “son tan viejas como las más antiguas formas de comunicación”. En este mismo sentido sostiene Marc Amorós (2018, p. 35): “Las fake news son informaciones falsas diseñadas para hacerse pasar por noticias con el objeto de difundir un engaño o una desinformación deliberada para obtener un fin político o financiero”.

Las redes sociales: potencializadoras de las fake news

A pesar de que, como hemos visto, el uso de noticias falsas data de tiempos muy antiguos, en la actualidad siguen siendo ampliamente utilizadas, sobre todo por la gran penetración que tienen a través de las redes sociales. Hoy en día podemos constatar que existen grandes campañas de desinformación, las cuales encuentran su oportunidad de propagación debido a la incredulidad de la sociedad en los medios tradicionales y desde luego en las instituciones y autoridades respectivas, además de la creciente participación de

las personas en las diversas redes sociales. Las fake news, tal y como argumenta Richter Morales (2018, p. 11): “han adquirido carta de naturalización con renovado impulso a partir de la socialización de internet, de sus redes sociales y de sus medios-buscadores como Google, entre otros”. Se calcula que actualmente 63% de los habitantes del planeta emplean redes sociales, es decir, 4,700 millones de seres humanos⁵. Muchos de los cuales se dedican a crear y a difundir noticias falsas en contra de rivales políticos, contra marcas competidoras, además de chismes sin mayor fundamento, todo ello aunado a los bots⁶ que son aliados maravillosos de la desinformación. Mcbeth y Clemons señalan:

[...] los programas de noticias “falsas” tienen tanto un contenido tan significativo como los programas de noticias “reales” como un impacto significativo en la política y la opinión política del mundo real; había, y hay, pruebas *prima facie*⁷ de que estas dos categorías de denominación (real y falsa) pueden no transmitir una imagen exacta. Nuestra doble tesis es que estos programas de noticias falsas no sólo son al menos tan reales como las noticias principales, sino que también contribuyen más al tipo de discurso deliberativo esencial para la democracia genuina y la política pública Mcbeth y Clemons, (2011, p. 79).

Más recientemente, en la campaña electoral para presidente de los Estados Unidos de América en 2016, una gran cantidad de fake news fueron difundidas a través de redes sociales, en detrimento de la candidata demócrata Hillary Clinton y en favor del republicano Donald Trump, las cuales catapultaron a este último para llegar a la presidencia. Para ello, se realizaron páginas web de sitios inexistentes, con el despropósito de divulgar

5. Europa Press (22 de abril de 2022). ¿Sabes cuantas personas usan redes sociales? Excelsior. <https://www.excelsior.com.mx/hacker/sabes-cuantas-personas-en-el-mundo-usan-redes-sociales/1429420>

6. Un “bot” proviene de acortar la palabra “robot”, es un programa que realiza tareas repetitivas, predefinidas y automatizadas. [...] Operan en forma automatizada, por lo que pueden trabajar mucho más rápido que una persona. Algunos bots cumplen funciones útiles, como buscar y catalogar páginas web o ayudar a los clientes de una empresa con sus problemas; otros, sin embargo, son enteramente maliciosos y se utilizan para hacerse con el mando de sistemas ajenos, [o bien mandar información falsa] (Lab, 2023).

7. Vocablo latino que significa en primera instancia o a primera vista.

4. John Herschel fue un famoso astrónomo y matemático inglés, considerado uno de los grandes sabios de su época, quien además popularizó el uso de la fecha juliana en astronomía, acuñó los términos fotografía, negativo y positivo e inventó la cianotipia.

noticias falsas a través de Facebook, Twitter y otras redes, en éstas destacan: la supuesta violación a una pequeña de 13 años por parte de Bill Clinton, la aparente creación del Estado Islámico y la venta de armas a este grupo realizado por Hillary Clinton si como el fingido apoyo que desde el Vaticano le brindó el papa Francisco a Trump entre muchas otras, no obstante a pesar de ser mentiras, los ideólogos de la campaña de Donald Trump supieron capitalizar tal situación en votos.

México no es la excepción de la regla a este respecto, y desde luego no escapa a esta hondonada de mentiras a través de medios tradicionales, como la prensa, la radio o la televisión, así como a través de las redes sociales y canales de YouTube, particularmente con el cambio de régimen político que sucedió el 1 de diciembre de 2018.

En los últimos cuatro años, hemos visto cómo aquellos conductores de espacios noticiosos y los denominados intelectuales orgánicos⁸, que antaño hablaban bien del presidente en turno, sufrieron la merma económica en sus bolsillos al haberseles retirado contratos millonarios, por lo que ahora son férreos detractores del gobierno federal y día con día se dedican a emitir una andanada de comunicados, tratando de dividir y polarizar a la sociedad; a este respecto dijo el presidente López Obrador en su conferencia mañanera del 13 de julio del 2021⁹:

[...] es mucho el bombardeo de mentiras en los medios de información, de muchas noticias falsas y es público y notorio que la mayoría de los medios de información están en una abierta campaña en contra de nosotros.

Entre algunas de las múltiples mentiras vertidas hacia el actual presidente de México, destacamos que se le ha señalado de dictador, adjetivo por demás falso, pues

8. Para Gramsci, los intelectuales (orgánicos) se perfilan como organizadores de la producción, administradores del aparato estatal, encargados de la hegemonía en los múltiples ámbitos de la sociedad civil. Como empleados de las clases dominantes, para el desarrollo de las funciones organizativas en la producción y de las funciones de dominación y hegemonía del Estado en sentido amplio (Giglioli, 1996).

9. López, A. (2021, 13 de julio) Conferencia Mañanera. [Conferencia]. Palacio Nacional. Ciudad de México, México. https://www.youtube.com/watch?v=_P4jG3nqzrk.

llegó a la presidencia del país con 53% de los votos por parte del electorado. En las elecciones del mes de julio del 2021, (a mitad del sexenio), su partido logró la mayoría en la Cámara de Diputados, pese a tener un Instituto Nacional Electoral faccioso, cuenta además con 61% de aprobación por parte de la ciudadanía y, por primera vez en la historia del país, se sometió a la revocación de mandato: hoy más que nunca los informadores gozan de libertad de expresión, la cual han usado para su golpeo constante.

Si bien los procesos tecnológicos han evolucionado, con el correr del tiempo, los contenidos continúan siendo mentirosos, sin embargo, los seres humanos mantienen su ingenuidad y credulidad, pues como arguye Boese (2002), "...la credulidad es un tema perpetuo en todas las épocas" (p. 2).

Imágenes, diseño y noticias falsas

Además de los textos y mensajes orales, las imágenes también juegan un lugar importante en la llamada infodemia¹⁰, dichas imágenes con carácter de falsedad pueden tener diferentes empleos que van desde productos de entretenimiento y escarnio hasta su empleo con la finalidad de acompañar textos con la clara intención de desprestigiar o atacar a quien se menciona e ilustra en ellas. Dos claros ejemplos del manejo tendencioso de los medios para captar la atención y alcanzar altos niveles de audiencia o *rating* son los siguientes: el montaje de la captura de una banda de secuestradores organizado por García Luna, el secretario de Seguridad durante el gobierno de Felipe Calderón, y Televisa en donde fue detenida la ciudadana francesa Florence Cassez ocurrido en 2005, el caso de Frida Sofía, una supuesta niña atrapada entre los escombros del Colegio Enrique Rébsamen durante el sismo de 2017.

A su vez, no debemos perder de vista que los recursos tecnológicos con los que contamos hoy en día permiten un crecimiento exponencial para manipular y alterar las imágenes. No obstante, hay que reconocer que la ca-

10. El término infodemia, que se emplea para referirse a la sobrecarga de información (alguna rigurosa y otra falsa) sobre un tema, está bien formado y, por tanto, se considera válido (Fundéu RAE, 2020).

pacidad creadora para realizar montajes es magnífica, por lo que al transmitirse en redes sociales, periódicos y revistas o como simple chiste o juego permiten su difusión sorprendentemente.

A este respecto, debemos hacer la siguiente reflexión: hoy más que nunca se ha avanzado en los procesos de comunicación, pues la información llega a nosotros casi de inmediato, con sistemas electrónicos de suma precisión, compartiendo textos, audios, multimedia, los cuales supondrían ser veraces y, sin embargo, es donde debemos ser cuidadosos antes de dar como válida cualquier información. Uno de tantos ejemplos es el diseño de la portada del falso mesías de la revista inglesa *The Economist* la cual analizamos a continuación.

El contenido del falso mesías en la revista *The Economist*

El 27 de mayo del 2021 la revista inglesa *The Economist* publicó en su versión para América Latina que el presidente Andrés Manuel López Obrador era un gran riesgo para México y su democracia, previo a las elecciones que ocurrieron dos meses después. La revista presentó en su portada una imagen en plano de detalle del presidente de México, flanqueado por fuerzas militares, así como algunos detalles de instalaciones de la empresa Petróleos Mexicanos, en ambos casos (institución y empresa), el gobierno les ha otorgado grandes cantidades de recursos económicos. (véase Figura 1).

Quienes nos avocamos a la lectura del “falso mesías”, encontramos un artículo carente de dialéctica¹¹, es claro que dentro de los postulados dialécticos de Hegel (tesis, antítesis y síntesis) está desprovisto de la segunda, realizado por tanto para golpear al gobierno del presidente Andrés Manuel López Obrador, parecería por tanto que los anteriores mandatarios del país resultaron muy capaces durante su gestión, cuando la realidad demuestra todo lo contrario.

El citado artículo menciona que López Obrador es “autoritario” y “populista”, irónicamente la palabra populismo para Edward Shils en Hermet es (2003):

11. La dialéctica es una técnica argumentativa por la que se busca la verdad a través de la manifestación de las contradicciones en los argumentos expuestos por el adversario (Marín García, 2023).



Figura 1. Portada de la revista *The Economist*, del 27 de mayo del 2021, Diseño: Israel Vargas. Fuente: (Economist, The [TheEconomist], 2021).

proclama que la voluntad del pueblo en sí misma tiene una supremacía sobre cualquier otra norma, provengan éstas de las instituciones tradicionales o de la voluntad de otros estratos sociales (p. 7).

En América Latina y desde luego en México, el término populismo a muchos les provoca escozor, sin embargo, quienes están a favor del modelo neoliberal son quienes se han encargado de hacerle su pésima reputación. El problema es semántico, pues la palabra se maneja sin conocer realmente el término, por lo que nos hace reflexionar en aquella cita de Varela, J. (1968): “la ignorancia no es un derecho, es un abuso”, o bien, son ignorantes por conveniencia (p. 323).

En este mismo sentido, *The Economist* indica que AMLO es un peligro para la democracia, es muy significativa esta afirmación, pues parecería que después de la revolución mexicana (1910-1917), la democracia se apuntaló de manera muy sólida en los casi 100 años anteriores a lo largo y ancho del país.

Asimismo, *The Economist* presenta sus artículos con escritores anónimos, motivo por el cual nadie se hace responsable de lo que dicen, empero, lo sustancial del material publicado es la recomendación negativa a la población mexicana para no votar por Morena, lo cual resulta por demás paradigmático, en un país como México en donde la población lee muy poco y mucho menos en otro idioma.

Hasta este punto lo que aparece en dicha revista es sin sustancia, insulso y lo argumentado es debatible con mucha facilidad, pero lo que resulta verdaderamente preocupante es la frase final, la cual sostiene que los Estados Unidos de América debe poner atención a su “patio trasero”, “el presidente Biden (si es cita debe ponerse la página) debe tener cuidado (pues los mexicanos son nacionalistas), al exacerbado autoritarismo que se está gestando en México y los Estados Unidos de América deben enviar señales sutiles.”

En un artículo publicado por el Sr. Enrique Krauze en el *New York Times* con fecha del 15 de marzo del 2021, intitulado “*Mexico’s President May Be Just Months Away From Gaining Total Control*”, repite en esencia lo mismo que se publicó en *The Economist*, y el 30 de junio de 2006 el propio Krauze divulgó en “letras libres” un artículo que ocupó la portada de la revista, como “el mesías tropical” (véase Figura 2).

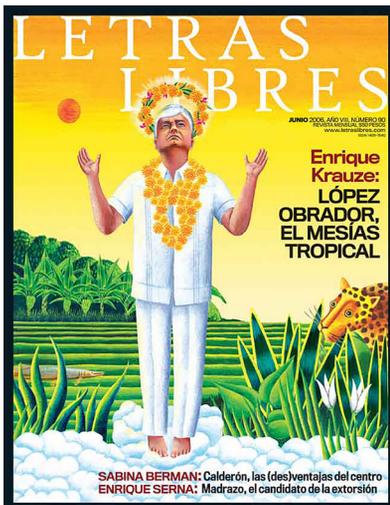


Figura 2. López Obrador, el mesías tropical, Portada de la revistas Letras Libres (junio, 2006). Fuente: https://letraslibres.com/magazine/?id_revist=38506&edition=50

A su vez el *New York Times* publicó el 30 de abril de 2021 el artículo de Jorge G. Castañeda “México deriva hacia el autoritarismo. Y Biden no debería ignorarlo”, de esta manera si hilamos lo publicado por *The Economist* de manera anónima, más lo publicado por el Sr. Krauze y el Sr. Castañeda, podremos entender uno de los flancos de donde proviene el golpeteo político y las fake news hacia el presidente de México.

Es importante considerar a su vez que la revista *The Economist* es un semanario inglés fundado el 2 de septiembre de 1843, con casi 200 años de historia, se ha ganado el reconocimiento y prestigio de ser una revista sumamente conservadora y dirigida a las elites: uno de sus editores fue el filósofo Herbert Spencer (1820-1903) quien acuñó el “darwinismo social”, pensamiento que presupone: la historia la hacen los seres más privilegiados, aquellos que son más aptos que el resto.

The Economist consideró en su artículo titulado “Los votantes deben frenar al presidente hambriento del poder de México”, que el primer mandatario López Obrador pone en peligro la democracia en el país además está dividiéndolo al no respetar las reglas electorales, asegurando que el jefe del poder ejecutivo no está dispuesto a escuchar consejos.

López Obrador divide a los mexicanos en dos grupos: “el pueblo”, por lo que se refiere a quienes lo apoyan; y la élite, a la que denuncia, a menudo por su nombre, como delincuentes y traidores a los que culpa de todos los problemas de México (*The Economist*, 2021).

Por otro lado, la revista inglesa indicó que las instituciones en México son sólidas, no obstante, el “asalto sostenido” por parte del presidente, pueden hacerlas caer. El texto destacó la importancia de que los mexicanos acudieran a votar el 6 de junio de 2021, buscando nuevas opciones para el Congreso. Asegura también que López Obrador sufre de lo que el periodista venezolano Moisés Naím, en su columna del 19 de marzo del 2020 en diario el *País* de España, califica como “necrofilia ideológica: un amor por las ideas que han sido probadas y han demostrado que no funcionan.” Finalmente, *The Economist* asegura: “López Obrador no ha hecho que México esté más limpio, pero ha resaltado la necesidad de una limpieza” Forbes (27 de mayo de 2021).

El artículo de *The Economist* mostró un claro desdén hacia México, ya que en la portada quisieron ridiculizar al presidente López Obrador empleando imágenes de Pemex y del ejército mexicano, olvidando o ignorando que son dos de los baluartes del orgullo nacional y de los mecanismos de pertenencia del país: es un texto marcadamente injerencista sobre la soberanía nacional, se redactó desde un punto de vista colonialista, el cual se asume muy *ad hoc* con las elites empresariales, camuflado de la preocupación por el derrotero de la economía nacional.

Rechaza a la “4T” y a MORENA y solicita a los demás partidos reagruparse, para ser el contrapeso del gobier-

no, porque éstos podrían salvar de la “tragedia que se avecina” de continuar el país por ese rumbo. Finalmente, es un artículo sesgado, más que ser informativo es propaganda, el cual muestra el viejo arraigo del colonialismo británico.

Análisis de la portada del falso mesías en la revista *The Economist*

Si revisamos la portada de la revista *The Economist* podemos ver claramente los siguientes elementos: (véase Figura 3).



- a. Título de la revista.
- b. Fecha de la publicación.
- c. Otros contenidos de la publicación.
- d. Título del artículo principal "México el falso mesías".
- e. Imagen del presidente Andrés Manuel López Obrador.
- f. Aparente esvástica.
- g. Aura.
- h. Instalaciones de Pemex.
- i. Militares.
- j. Tobogán.
- k. Puente de madera.
- l. Mano.

Figura 3. Portada de la revista *The Economist*, del 29 de mayo del 2021. Diseño: Israel Vargas. (Economist, The [TheEconomist], 2021)

Una vez identificados los elementos que aparecen en la portada de la revista *The Economist* procederemos a realizar el análisis con el método iconográfico de Panofsky¹².

En el enfoque de Panofsky, el objeto de arte se traduce en concepciones intelectuales, dejando de ser formas puras. El análisis debe ser integral, en el que se considere, además de la forma, el significado. En este ejercicio de análisis, Panofsky consideraba que “la «forma» no puede estar divorciada del «contenido»: la distribución de color y líneas, luces y sombras, volúmenes y planos, por agradable que sea como espectáculo visual, también debe entenderse como algo más que significado visual” (Panofsky, 1955, p. 168).

Para realizar un análisis con el método de Panofsky, es fundamental definir el significado de iconografía. Si nos remitimos a la raíz etimológica de la palabra, encontramos que es un vocablo compuesto, el cual proviene del griego: “iconos” (imagen) y “graphien” (escritura), por lo tanto, la iconografía es entendida como un método para el estudio en la descripción de imágenes: sin embargo, es necesario precisar que la iconografía no es solamente relacionar un texto y una imagen determinada entre sí, por el contrario es una ciencia elemental en el momento de dar significado a una obra de arte (o como en este caso a una portada de revista). La iconografía además estudia aquello que le dio origen a la imagen y la realización de éstas, su relación con los signos¹³ y símbolos¹⁴. A continuación, enunciamos de una manera muy breve los tres niveles

12. Método Iconográfico de Panofsky. En el método Iconográfico, estudiado por Erwin Panofsky para la comprensión de las obras de arte, se da una importancia a la imagen y la significación (forma y contenido), ya que se complementan la una con la otra, de manera que la obra se haga más comprensible. Estudia la relación que existe entre una imagen y su significación. Para Panofsky toda obra tiene una significación estética, por lo tanto, una obra con la temática aparentemente más irrelevante poseería igualmente un significado oculto *Lenguaje Visual*, (2013).

13. Signo. [...] proponemos conservar la palabra signo para designar la totalidad y reemplazar concepto e imagen acústica respectivamente por significado significante (De Saussure, 2020, p. 104).

14. El símbolo etimológicamente significa algo arrojado conjuntamente. [...] es un signo que “conlleva” el significado en su propio ser [...] simboliza (López Rodríguez, 1993, p. 271).

de significación de la obra de arte bajo la óptica de Erwin Panofsky resumido por María Isabel Rodríguez López (2005, p. 5).

1. Nivel preiconográfico: (significación primaria o natural). Esta es únicamente sensorial, interpreta los objetos reconocidos a simple vista, para este nivel se precisa tener una mirada atenta que tome en cuenta hasta los más pequeños detalles.
2. Nivel iconográfico: (significación secundaria o convencional). Consiste, básicamente, en desentrañar los contenidos temáticos afines a las figuras o a los objetos figurados con la obra de arte.
3. Nivel iconológico: (significación intrínseca o contenido). Consiste en ahondar sobre el concepto o las ideas e interpretar el significado a partir del contexto cultural, social, histórico, político, etcétera.

1. Nivel proiconográfico

En la portada de *The Economist* se puede observar que la imagen más grande es una fotografía del presidente de México, Andrés Manuel López Obrador, en una postura tres cuartos, detrás de su cabeza se puede ver una aureola. Debajo, a la derecha, está una refinería de Pemex. Siguiendo con este recorrido visual, hay dos filas de militares y en medio de ellas un tobogán.

Por otro lado, se encuentra el presidente junto con Alfonso Durazo, quien fuera el secretario de Seguridad, caminando sobre un puente de madera, y justo arriba de ellos hay una abstracción de lo que parece ser un brazo y una mano que apunta hacia el lado opuesto hacia donde mira el presidente López Obrador.

En la parte superior del aparente brazo, hay una estructura metálica, que parece sostener al mismo y, finalmente, en la parte posterior de la imagen del presidente están colocados unos rectángulos rojos, los cuales forman una esvástica.

Los colores de la imagen son alusivos a la bandera nacional; éstos se pueden apreciar con tonalidades distintas, que se combinan y hacen que la imagen sea muy llamativa.

2. Nivel iconográfico

En cuanto a la composición de la imagen; podemos observar que la figura más sobresaliente es, desde luego, la de Andrés Manuel López Obrador, quien aparece mirando hacia la izquierda con una posición tres cuartos y en un plano de detalle.

De acuerdo con Gandelman y Feller, (1987, p. 98), esta postura es recurrente en las representaciones de líderes de movimientos políticos y se generalizó en los siglos XIII y XIV al representar la divinidad.



Figura 4. *Saving Mexico* Portada de la revista Time, Crowley, M. (2014). Fuente: <http://time.com/7058/the-committee-to-save-mexico>

Argumentan también que “no se trata de seguir la mirada” (la del personaje), sino de “adorarlo como objeto hierático¹⁵, (como un ídolo”. Los autores sostienen que la posición de tres cuartos “corresponde generalmente a una fuerza perlocutoria¹⁶ que empuja el espectador

15. Para la RAE, hierático significa un estilo o ademán: que tiene o afecta solemnidad extrema, y además es perteneciente o relativo a las cosas sagradas. Real Academia Española. (s.f). Cultura, en Diccionario de la lengua española. <https://dle.rae.es/hieratismo>

16. Acto perlocutorio: es el efecto que causa en el receptor nuestras

hacia la adoración”. Finalmente, la mirada dirigida hacia la izquierda manifiesta, en este caso, lo que los intelectuales orgánicos han repetido una y mil veces: “México se está convirtiendo en un país comunista”.

Otro atributo figurativo en la imagen es la aureola, la cual se ha empleado en el arte sacro desde hace muchos siglos; ésta ha estado presente a través de civilizaciones y religiones, es empleada con la finalidad de resaltar la divinidad de un personaje y, particularmente, en el cristianismo: la santidad. Es por tanto la imagen del “salvador de México”. Hecho que contrasta irónicamente con la portada de la revista TIME publicada a inicios del gobierno de Enrique Peña Nieto (véase Figura 4).

Regresando al caso que nos ocupa, en la **imagen h** se hace referencia a la iniciativa de López Obrador para aumentar la capacidad productiva de Petróleos Mexicanos (Pemex) y dar marcha atrás a la reforma energética del expresidente Peña Nieto. Es importante señalar que López Obrador, envió al Congreso el 26 de marzo de 2021 un proyecto de ley que buscó otorgar a Pemex un mayor control sobre los precios, la distribución, las importaciones y la comercialización del combustible.

La **imagen i** muestra elementos del ejército flanqueando un tobogán (**imagen j**) e interpretamos tal combinación de imágenes como la caída libre del país en todos los sentidos (político, económico y social) y, sin embargo, es sostenido por las fuerzas armadas lo cual es comúnmente relacionado con gobiernos dictadores y autoritarios.

Por otro lado, es muy significativo que en la **imagen k**, un grupo numeroso de personas, entre ellas el presidente López Obrador y su ex secretario de Seguridad, atraviesen un puente (al parecer de madera), el cual puede fracturarse en cualquier instante, lo cual insinúa la caída inminente de la transformación de la llamada “4T”.

palabras. Estrategias para lectoescritura. Robere, R. (2012, 9 de marzo). Actos del habla !!!!!!! Locutorio, ilocutorio, perlocutorio. Estrategias para lecto-escritura. <http://estrategiasparalecto-escritura.blogspot.com/2012/03/actos-de-habla-locutorio-ilocutorio.html>

Un elemento muy representativo que hay que resaltar es la **imagen f**; si la analizamos detenidamente, de modo muy sutil están representando una esvástica, implicando el terror, la persecución, la dictadura, el odio, la división, por citar sólo algunas atribuciones que se le han proferido al actual gobierno.

A modo de conclusión en el presente nivel, la imagen representa a un López Obrador con un aura como una divinidad celestial y por ende inalcanzable. Esta tradición iconográfica proviene de la antigua Grecia, en donde los últimos filósofos habían ya empezado a interpretar a los dioses y semidioses paganos como simples personificaciones de fuerzas naturales o de cualidades morales, y algunos de ellos habían llegado hasta a explicarlos como seres humanos normales que habían sido deificados posteriormente.

Si bien la esvástica ha aparecido repetidamente en la iconografía y el arte a lo largo de toda la historia de la humanidad, representando conceptos muy diversos, la representada en la imagen analizada es la nazi, considerada por muchos como una obscenidad visual, siendo un símbolo de odio, persecución y muerte. Por tanto, la imagen presupone al “dictador” López Obrador y las consecuencias que su gobierno trae aparejadas. En su conjunto, la connotación de la imagen de *The Economist* es la de un López Obrador entronizado, dictatorial, fascista, quien terminará destruyendo a las instituciones más sólidas del país.

Nivel iconológico

Acercando nuevamente hacia nosotros el significado del nivel iconológico, entendemos por éste el comprobar lo que consideramos como el significado específico de la obra, a la cual hemos dedicado atención, apoyando lo que creemos, tenemos lo siguiente en las propias palabras de Panofsky (1998):

[...] el significado intrínseco de tantos documentos de civilización relacionados históricamente con aquella obra, como pueda dominar: documentos que testifiquen sobre las tendencias políticas, poéticas, religiosas, filosóficas y sociales de la personalidad, periodo o país que se estén investigando (p. 8).

Si bien el análisis de la imagen podría complejizarse por ser ecléctica, hemos decidido desconstruirla para facilitar este proceso. Las imágenes sacralizadas han existido prácticamente desde el comienzo de la historia de la humanidad, sin embargo, no fue sino hasta el siglo XIX y principios del XX cuando dichas representaciones son convertidas en fetiches y explotadas por el diseño, cómo sátira política¹⁷, películas cinematográficas¹⁸, objetos y accesorios de moda.

Hegel en la fenomenología del espíritu (2006) plantea la supresión de la negatividad en la unidad del concepto y el saber absoluto; es precisamente con esta idea que la empiria religiosa se desarticula perdiendo su contenido, condenada a la disolución y muerte, se enclaustra. Por tanto, las imágenes religiosas aisladas del proceso ideológico se transforman de su carácter divino en simples despojos, en fetiches, siendo ahora el único fin de estas imágenes el deseo captado por un objeto o ser cualquiera.

Por su parte David Freedberg (1992, p. 16) sostiene respecto del poder de una imagen en la iconografía lo siguiente: “[las imágenes sacras] plantean la propaganda con imágenes humanas y la incitación a la acción política”, sin embargo, la utilidad de tales representaciones está presente en el imaginario colectivo, pero el fenómeno iconológico es el de burlarse y mostrarlo fútil, despojándolo de atributos realistas.

En este mismo sentido, y parafraseando a Foucault (1968), sostiene que los personajes en el mundo medieval se representaban un orden epistémico anagógico, facilitando la trascendencia de los atributos personales y espirituales, no obstante, en la actualidad esta iconología representa dos elementos, el sentido religioso en un sentido y vínculo con el deseo y la hilaridad.

El otro elemento iconológico que nos ocupa es la esvástica colocada a espaldas de Andrés Manuel López

17. Para ahondar más en esta temática se sugiere la lectura de Ramírez, J. (2008, pp. 509-537).

18. Por citar sólo un ejemplo tenemos parte de la filmografía de Luis Buñuel, con *Nazarín*, *El Ángel exterminador* y *Simón del Desierto*, en donde el director español realiza metáforas bíblicas y críticas al papel social de la iglesia.

Obrador. La esvástica fue el símbolo por excedencia de la Alemania nazi, adoptada por el partido nacional socialista en el año 1920, sin embargo, este símbolo milenario fue creado alrededor del siglo V a. C.¹⁹

Aparejado con la esvástica, la propaganda nazi se basó en gran medida en la retórica histriónica de Joseph Goebbels²⁰ (2015), quien argumentaba:

La propaganda política es el arte de basar las cosas del estado sobre las amplias masas, de tal manera que la nación entera se sienta parte de él, no puede, por lo tanto, permanecer solo como medio de ganar el poder. Debe ser un medio de construir y mantener el poder (s/p).

En un sentido iconológico respecto a la esvástica que se muestra en la revista *The Economist*, refuerza la imagen de López Obrador en ese halo celestial del cual ya hablamos, sin embargo, el símbolo nazi nos advierte “el terror”, “la persecución política”, “el fascismo” y “la destrucción” que su gobierno está llevando a cabo.

Finalmente, Toby Clark (1997) argumenta que el fascismo no dirigía su mensaje a un público amplio y que estuviese unificado, su contenido se transmitía a un público segmentado, con la intención de señalar los diferentes intereses de una sociedad heterogénea. En este caso está indicando el terminar con el gobierno de la 4T que es muy atractiva para las clases populares en México.

Los demás elementos que aparecen en la imagen fungen como soporte son bastante significativos, por ejemplo, la mano apuntando hacia la derecha, para Robert Hertz (1990) la identificación de las manos es algo básico de la expresión humana, sin embargo, después de la revolución francesa la ubicación izquierda (liberales) o derecha (conservadores), por parte de

19. El término procede del sánscrito svastika cuyo significado es “buena suerte”. Este símbolo hoy en día es sagrado para el hinduismo y el budismo, se puede encontrar en templos y en casas de la India e Indonesia. Muy historia (2017, 12, 01). ¿Cuál es el significado de la esvástica? <http://www.muyhistoria.es/curiosidades/preguntas-respuestas/¿cual-es-el-significado-de-la-esvastica>

20. Goebbels, J. (25 de febrero de 2015). Propaganda en Nuremberg. Crónicas del congreso del partido nazi en Nuremberg. Extraído de Der Angriff (El Ataque). http://es.metapedia.org/wiki/Discursos_memorables_de_Goebbels

los diputados en la asamblea, significaba para unos u otros polaridad u oposición.

En la sociedad occidental, se ha categorizado el mundo en términos de la división entre derecha e izquierda agregando valores morales, características de orden e impureza, así como nociones del bien y el mal; apuntar a la izquierda, como muchos “puristas” arguyen, es sinónimo de comunismo e incluso aquello de que “es un peligro para el país”, por lo cual parece que este gráfico señala que el camino correcto es a la derecha.

Para concluir este nivel, la refinería de Pemex y el puente de madera dan la idea de que están a punto de fracturarse o ser aplastados por la enorme figura de López Obrador, mientras tanto los militares que se localizan al centro flanqueando un tobogán parece que esperan la caída de las instituciones del país y que por la fuerza sostendrán al gobierno, a este respecto Samuel Fernández (2017) comenta: Esta circunstancia es una práctica “normalizada” en un régimen dictatorial y el uso de esta iconografía representa una forma de autoproclamarse heredero legítimo.

La comunicación y el diseño ante la responsabilidad social

La comunicación es, sin duda, una de las funciones más básicas e importantes de la sociedad, en virtud de que promueve el entendimiento entre las personas y el funcionamiento de la sociedad, sin embargo, cuando el fenómeno comunicativo es orientado a promover información engañosa, no sólo distorsiona la realidad, sino que la comunicación y el diseño se desvirtúan. Es por ello que se habla de infodemia, porque se altera la función básica de la comunicación. Ésta deja de ser un vehículo para el diálogo y el entendimiento y se convierte en un instrumento de manipulación y desinformación. La comunicación utilizada de esta manera pierde toda su legitimidad y sentido, es decir, deja de cumplir su responsabilidad social, para convertirse en un mecanismo con propósitos perversos.

Lamentablemente, cuando la estrategia comunicativa ya no es informar sino deformar la realidad y manipular a la población, las noticias falsas suelen difundirse a través de múltiples canales y medios de comunicación

sean formales (prensa o programas noticiosos) o informales (redes sociales “ciudadanas”). Todo ello basado en el principio atribuible a Joseph Goebbels, asesor de Hitler durante su ascenso al poder y que se reduce a la frase: “una mentira repetida mil veces se convierte en verdad”. Esta idea, sin embargo, no es del todo absurda, pues parte de la realidad que vivimos como sociedad es construida por los propios miembros de la comunidad; es lo que Peter Berger y Thomas Luckmann (1991) definieron como realidad social.

Por otro lado, cuando las noticias falsas son apoyadas con imágenes y otros recursos multimedia, el mensaje se potencializa. Es claro que, al usar elementos iconográficos y recursos semióticos y demás herramientas propias del diseño, los mensajes suelen ser más efectivos y convincentes, sin embargo, al ser utilizados para engañar y desvirtuar la realidad pierden su verdadero sentido y su relevancia social.

En este orden, es evidente que el diseñador de los mensajes gráficos juega un rol estratégico y, en ello, pone en marcha su ética profesional y responsabilidad social. Que los principios del diseño sean utilizados de manera perversa para engañar y manipular a la sociedad es algo que la comunidad dedicada a la práctica y la enseñanza del diseño y la sociedad en su conjunto, debemos rechazar categóricamente.

Corresponde a todos los docentes e instituciones educativas centradas en la enseñanza del diseño fortalecer el compromiso social del diseñador. La ética, la honestidad, la solidaridad, la colaboración y otros valores deben ser reforzados en la formación de todos los alumnos, independientemente de la especialidad del diseño a la que se enfoquen.

Conclusiones

Como podemos ver, las noticias falsas suelen ser efectivas para manipular a la gente y crear una imagen distorsionada de la realidad. Es precisamente por ello que su uso deliberado y mal intencionado sigue siendo recurrente en la sociedad actual, potencializando sus efectos a través de las redes sociales y los medios tradicionales. En general las fake news son

provocadas con propósitos claramente definidos, utilizando estrategias perfectamente calculadas para su repetición y propagación. Una fórmula muy común es comenzar con un comunicador que afirma una idea, la cual será retomada casi de inmediato por otros comunicadores quienes asumen el hecho como verdadero y lo replican cientos o miles de veces a través las redes sociales mediante perfiles falsos o bots.

El uso intensivo de redes sociales y el consumo masivo de imágenes característicos de nuestro tiempo constituyen terreno fértil para la propagación de noticias falsas. Desafortunadamente la infodemia echa mano de todos los recursos y los medios disponibles y es que, generalmente, el uso de las noticias falsas suele estar ligado a poderes fácticos que no dudan en hacer grandes dispendios económicos con tal de alcanzar sus propósitos. Como señala Panofsky (1995), “Una obra de arte no siempre se crea exclusivamente con el propósito de ser disfrutada o, para utilizar una expresión más culta, para ser experimentada estéticamente” (p. 10). En el caso de noticias falsas, la finalidad de las imágenes tiene siempre un propósito: distorsionar la realidad y potenciar el mensaje, que en este caso es falso.

Como pudimos apreciar en el análisis iconográfico e iconológico de la portada en cuestión, son muchos y muy diversos los recursos gráficos, imágenes, símbolos y significados integrados con el objetivo de crear una percepción distorsionada de la realidad.

La manipulación de los elementos gráficos para simular una esvástica o suástica tuvo el propósito perverso y calculado de asociar la figura del presidente López Obrador con la de Hitler, es decir, equiparar el movimiento de la llamada 4T con la del movimiento nazi, repudiado en todo el mundo y vinculado con un periodo cruel y despiadado de la historia. Como señala Panofsky (1995), detrás de la obra existen “principios subyacentes que revelan la actitud básica de una nación, un periodo, una clase, una creencia religiosa o filosófica, matizados por una personalidad y condensados en una sola obra” (p. 30). Lo mismo se puede decir de todos los otros elementos gráficos presentes en la portada de la revista señalada.

Es evidente que el diseño de la portada analizada no es resultado de la casualidad, sino de una planeación cuidadosa y un estudio premeditado de la composición visual de la imagen en la portada. En otras palabras, es el resultado de un trabajo profesional por parte del diseñador encargado de la tarea.

Ante ello la responsabilidad y el compromiso social del diseñador adquiere una relevancia estratégica. Así como el poder de la información, el diseño, las imágenes y las redes sociales pueden utilizarse para influir de manera negativa en la percepción de la gente y en la toma de decisiones trascendentes, también pueden utilizarse para fortalecer valores y promover acciones para lograr cambios positivos a favor del medio ambiente y sana convivencia social. En este sentido el diseñador puede convertirse en un promotor y difusor de valores y contribuir a la solución de los grandes problemas que, como sociedad enfrentamos en la actualidad, tales como la discriminación, el deterioro ambiental o la desigualdad económica, etc. En este sentido, los espacios educativos juegan un rol fundamental. Es evidente la responsabilidad de las instituciones de educación superior en el fortalecimiento de los valores éticos.

Por otro lado, el avance tecnológico ha permitido potenciar la distribución de este tipo de noticias. El uso de las redes sociales, basadas en “contactos” o “amigos”, constituyen parte fundamental de la distribución de este tipo de noticias en virtud de que va de por medio la confianza y credibilidad de la que gozan nuestros amigos, conocidos o familiares. Asimismo, la tecnología también pone a disposición de los usuarios, una serie de herramientas que permiten verificar de manera fácil la autenticidad de una imagen. Todo es cuestión de acostumbrarnos como usuarios a no compartir algo si antes no fue verificado por nosotros mismos.

En resumen, tenemos presente el problema, pero también tenemos a nuestro alcance la solución, todo es cuestión de actuar con responsabilidad en tres frentes claros:

- El diseñador en su ejercicio profesional, asumiendo que su trabajo tiene repercusiones importantes en la sociedad.
- La educación en su formación ética, impulsando valores y destacando la responsabilidad del diseño ante la sociedad.
- La sociedad en general, destacando su responsabilidad como generadores o distribuidores de información.

Finalmente queremos destacar que el método iconográfico e iconológico de Panofsky, aunque desarrollado en un contexto totalmente diferente, mostró ser efectivo y aplicable en el análisis de mensajes gráficos en la sociedad actual.

Referencias

- Amorós García, M. (2018). *Fake news, la verdad de las noticias falsas*. Plataforma Editorial.
- Berger, P. L., y Luckmann, T. (1997). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu.
- Clark, T. (1997). *Arte y propaganda en el siglo XX*. Akal.
- Crowley, M. (24 de febrero de 2014). *Times*. <https://content.time.com/time/covers/pacific/0,16641,20140224,00.html>
- De Saussure, F. (2020). *Curso de Lingüística General*. Fontamara.
- The Economist*, [@TheEconomist] (27 de mayo de 2021). *Mexico's false messiah. Andrés Manuel López Obrador pursues ruinous policies by improper means*. Twitter. https://twitter.com/TheEconomist/status/1397898550500077569?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1397898550500077569%7Ctwgr%5E5f74d95301696332bd2a81602ecf12a2b5809be3%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.dw.com%2Fes%2FmC3A9xico-the-econ
- Excelsior. (22 de abril de 2022). *¿Sabes cuántas personas en el mundo usan redes sociales? Excelsior*. <https://www.excelsior.com.mx/hacker/cuantas-personas-en-el-mundo-usan-internet/1511213>

- Fernández, S. (2017). *Sociología, identidad e iconografía en la ciudad contemporánea: el caso de A Coruña* [Tesis de Doctorado, Universidad de la Coruña].
- Forbes (27 de mayo de 2021). AMLO, falso mesías y un peligro para la democracia. *Forbes*. <https://www.forbes.com.mx/amlo-falso-mesias-peligro-democracia-the-economist/>
- Foucault, M. (1968). *Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*. Siglo XXI.
- Freedberg, D. (1992). *El poder de las imágenes. Estudio sobre la historia y la teoría de las respuestas*. Cátedra.
- Fundéu RAE (24 de marzo de 2020). *Fundéu RAE*. Infodemia, neologismo válido: <https://www.fundeu.es/recomendacion/infodemia/>
- Gandelman, C., y Feller, A. (1987). Las posturas de frontal, perfil y tres cuartos en las representaciones del Lenin, Mao Tze, Fidel Castro y Che Guevara. Centro de Investigaciones Lingüístico Literarias. Universidad Veracruzana.
- Giglioli, G. (1996). Los intelectuales orgánicos en la teoría de Gramsci. *Reflexiones*, 46(1), 29-36.
- Goebbels, J. (1933). *Propaganda en Nuremberg. Crónicas del congreso del partido nazi en Nuremberg*. Extraído de *Der Angriff* (El Ataque). http://es.metapedia.org/wiki/Discursos_memorables_de_Goebbels
- Hermet, G. (2003). El populismo como concepto. *Revista de Ciencia Política*, XXIII(1), 5-18.
- Hertz, R. (1991). *La muerte y la mano derecha*. Alianza.
- Kornél Vida, I. (2012). The "Great Moon Hoax" of 1835. *Hungarian Journal of English and American Studies* (HJEAS), 18(1/2), 431-441.
- Krauze, E. (30 de junio de 2006). López Obrador, el mesías tropical. *Letras Libres*, 14-24. https://letraslibres.com/magazine/?id_revista=38506&edition=50
- Lab, K. (8 de febrero de 2023). AO Kaspersky Lab. ¿Qué son los bots? Definición y explicación: <https://latam.kaspersky.com/resource-center/definitions/what-are-bots>
- Lenguaje Visual. (1 de mayo de 2013). *Teoría del Arte*. Panofsky: <http://teoriadelarteii.blogspot.com/2013/05/panofsky.html>
- López, A. (13 de julio de 2021). *Conferencia Mañanera*. [Conferencia]. Palacio Nacional. Ciudad de México, México. https://www.youtube.com/watch?v=_P4jG-3nqzxk.
- López, J. M. (1993). *Semiótica de la comunicación gráfica*. Edinba, UAM.
- Marín García, A. (8 de febrero de 2023). Economipedia, diccionario económico, política. *Dialéctica*: <https://economipedia.com/definiciones/dialectica.htm>
- Mcbeth, M. K., y Clemons, R. S. (2011). *Is Fake News the Real News? The Significance of Stewart and Colbert for Democratic Discourse, Politics, and Policy*. En A. Amarasingam, *The Stewart/Colbert Effect. Essays on the Real Impacts of Fake News* (pp. 79-98). McFarland & Company, Inc., Pb.
- Muy historia (12 de enero de 2017). ¿Cuál es el significado de la esvástica? <http://www.muyhistoria.es/curiosidades/preguntas-respuestas/ical-es-el-significado-de-la-esvastica>
- Naím, M. (6 de febrero de 2016). ¿Qué es la necrofilia ideológica?. *El País*. https://elpais.com/internacional/2016/02/06/actualidad/1454790623_687526.html
- Panofsky, E. (1955). *Meaning in the Visual Arts. Papers in and on Art History*. Anchor Books.
- Panofsky, E. (1998). *Estudios sobre iconología*. Alianza.
- Ramírez, J. (2008). Los poderes de la imagen: para una iconología social esbozo de una autobiografía intelectual. *Boletín de Arte*, (2008), Departamento de Historia del Arte, Universidad de Málaga, (29), 509-537.
- Real Academia Española. (9 de septiembre de 2021). *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/posverdad>
- Richter Morales, U. (2018). *El ciudadano digital. Fake news y posverdad en la era de internet*. Océano.
- Rodríguez, M. (2005). Introducción general a los estudios iconográficos y a su metodología, *E-excellence*. Universidad Complutense de Madrid. https://www.ucm.es/data/cont/docs/1888-2019-12-01-INTRODUCCION_GENERAL_A_LOS_ESTUDIOS_ICON.pdf
- Robere, R. (9 de marzo de 2012). *Actos del habla !!!!! Locutorio, ilocutorio, perlocutorio. Estrategias para lecto-escritura*. <http://estrategiasparalecto-escritura.blogspot.com/2012/03/actos-de-habla-locutorio-ilocutorio.html>
- Salas Abad, C. (2019). La primera fake news de la historia. Historia y comunicación social. *Revistas científicas complutenses*, 24(2).
- Castañeda Naranjo, L. A. y Palacios Neri, J. (2015). Nanotecnología: fuente de nuevos paradigmas. *Mundo Nano. Revista Interdisciplinaria en Nanociencias y Nanotecnología*, 7(12), 45-49. <https://doi.org/10.22201/ceiich.24485691e.2014.12.49710>
- Turner, E. G. (1995). *Los libros en la Atenas de los siglos V y IV a. C.* En G. Cavallo, *Libros, editores y público en el Mundo Antiguo: guía histórica y crítica*, 25-50. Alianza.
- Varela, J. (1968). *La democracia en la escuela*. Arca. .