

**Semiótica de los medios II – Addenda Teóricos Unidad 4**  
**Semiótica de los nuevos medios. Un ayudamemoria**  
**Prof. María Elena Bitonte (Work in progress, 2022)**

Este documento y la bibliografía que lo respalda no son de lectura obligatoria pero sus contenidos son de conocimiento indispensable para integrar los contenidos de la Unidad 4, Semiótica de los nuevos medios. Sabiendo que los estudiantes ya estudiaron previamente las nociones que aquí se exponen, ofrecemos este recurso como ayudamemoria. Las entradas conceptuales no están presentadas alfabéticamente sino por núcleos temáticos.

- **Virtual**

Desde un enfoque antropológico (la relación entre los procesos de hominización y la virtualización), Pierre Lévy (1999) define lo virtual no como un estado sino como un proceso. “Lo virtual –dice- tiende a actualizarse, aunque no se concretiza de un modo efectivo o formal. El árbol está virtualmente presente en la semilla. Con todo rigor filosófico, lo virtual no se opone a lo real sino a lo actual: virtualidad y actualidad sólo son dos maneras de ser diferentes” (Levy, 1999: 10). En consecuencia, la diferencia entre real y posible es puramente lógica (...) En cuanto a lo virtual, no se opone a lo real sino a lo actual” (Levy, 1999: 11). Lo virtual es una versión desterritorializada de lo existente. Los cuerpos virtuales no son reales, tampoco existentes tangibles, ni meras posibilidades. “La virtualización –dice Levy, 1999: 12- es uno de los principales vectores de la creación de realidad”. El texto es una virtualidad que se actualiza en cada lectura, en versiones, traducciones, ediciones, ejemplares y copias. Una estructura –dirá Deleuze, 1982) es una virtualidad que se actualiza en la lengua, en el inconsciente, en una sociedad. Esa virtualidad se actualiza independientemente de tal o cual soporte particular. La escritura es una actualización de la memoria. Un hipertexto es una matriz de textos virtuales que dependerán de que un usuario lo actualice. La Red es un tejido de fibras incorpóreas cuya consistencia reside en actualizarse en espacios de contacto, habitables por nuevas formas de presencia.

En este mismo sentido, Gilles Deleuze afirma: “Lo virtual posee una realidad propia que no se confunde con ninguna realidad actual, presente o pasada. Posee una idealidad propia que no se confunde con ninguna imagen posible, con ninguna idea abstracta. Se diría de la estructura: realidad sin ser actual, ideal sin ser abstracta” (Deleuze, 1982: 579). Desde esta perspectiva, el mundo fáctico/presencial y el virtual se vuelven isomórficos, casi equivalentes pero de diversa naturaleza. La virtualidad es un modo de ser diferente que no encaja en ninguna de las categorías lógico-semióticas de lo posible, lo existente y lo real, formuladas por Peirce.

- **Nuevos medios (Scolari, 2008). Características constitutivas**

- **Digitalización:** Señales analógicas pasan a código binario (bits). Posibilita interactuar, fragmentar, modificar, combinar, archivar, enlazar, reproducir (remix, sampling, auto-tune, etc.).
  - **Reticularidad:** Modelo de red. WWW (nacida en 1990). Configuración muchos a muchos. Apertura. Documentos interconectados. Red de usuarios interactuando (web 2.0).
  - **Interactividad:** «Respuesta programada dentro de un sistema» (2008: 93). Formas de participación activa a través de la interfaz: S-dispositivo / S-S (**interacción**). Nuevo tipo de subjetividad. Prosumición.
  - **Hipertextualidad:** El hipertexto es parte de una red infinita. No secuencialidad sino red de múltiples enlaces. Acceso a cualquier cosa registrada en la Red. Enlaces. Paratexto se vuelve espacio habitable, navegable.
  - **Multimedialidad:** *Centrípeto*. Convergencia de múltiples contenidos en un único soporte (aplicaciones para PC, celular, tablet). Concentra en un mismo espacio multiplataforma distintos lenguajes y medios, nuevos e históricos. Remediación. No confundir con **Transmedialidad** (*Centrífuga*. Migraciones entre medios. Productos nacen en un medio y se expanden a otros).
  - **Hipermediación:** Hipertextualidad + multimedialidad. «Procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí» (2008: 113-114).
- **Internet:** Según Verón (2012) Internet no es un medio (dispositivo técnico de comunicación + usos sociales) sino “un nuevo dispositivo técnico –desde el momento inaugural de la talla de instrumentos de piedra hasta Internet- que genera un fenómeno mediático inédito, el cual modifica y complejiza la manera en que se exteriorizan-materializan los procesos cognitivos de la especie” (Verón, 2012: 9). El italiano Fausto Colombo llama a Internet un *metamedio*, justamente porque, siendo este mismo un medio, a la vez alberga y por él circulan todos los demás medios: prensa, radio, TV, cine, disco, video, etc. (Colombo, 1993).
  - **Fenómeno mediático:** Es la exteriorización de los procesos mentales del sujeto en un soporte material dotado de autonomía y persistencia. En otras palabras es la “materialización dotada de autonomía y persistencia de procesos mentales” (Verón, 2013: 176).
  - **Primer fenómeno mediático:** el primer fenómeno mediático del que tengamos constancia arqueológica se ubica entre uno o dos millones de años antes de nuestra era y es el útil de piedra concebido no como herramienta sino como signo. Esta piedra astillada de borde cortante es producto de la capacidad semiótica del sapiens. Se inscribe en una cadena operatoria de producción, reproducción y uso que consiste en la fabricación de un objeto material *imitable* o

estereotipo para reproducir útiles de la misma clase, se incorpora en la *cadena* de uso carmanos-objeto y se *regula* según normas o hábitos de uso (LSS2: 169). Es por eso que Verón lo considera el “**Primer Interpretante** de la historia del que tengamos una prueba material” (2013: 176).

- **Mediatización:** Secuencia **histórica** de **fenómenos mediáticos** en el tiempo. Proceso **constitutivo** del sapiens, resultado operacional de una dimensión fundamental de nuestra especie biológica, la capacidad de semiosis (Verón, 2013 y 2015 [2014]). «Secuencia de fenómenos mediáticos que resultan de determinadas materializaciones de la semiosis obtenidas por procedimientos técnicos». La interacción cara a cara **no es** mediatización sino *mediación*. Pero no hay comunicación sin mediación Verón, 2013: 144).
- **Broadcasting:** Contenidos producidos, programados y empaquetados por conglomerados mediáticos y transmitidos por canales lineales, de arriba abajo, de uno a muchos. “Tiranía de los medios de comunicación de masas” (Jenkins, 2006: 243).
- **Networking:** Caleidoscopio. Flujo de contenidos hechos por usuarios de abajo arriba). Altera el modelo de producción cultural y de mercado anterior. Ej. Wikipedia: enciclopedia gratuita cuyos contenidos son producidos y controlado por voluntarios.
- **Texto:** ¿Quién podría definirlo mejor que Barthes? En su Lección inaugural de la cátedra de semiología lingüística del Collège de France dice:  
“...Texto quiere decir Tejido, pero si hasta aquí se ha tomado este tejido como un producto, un velo detrás del cual se encuentra más o menos oculto el sentido (la verdad), nosotros acentuamos ahora la idea generativa de que el texto se hace, se trabaja a través de un entrelazado perpetuo” (Barthes, Roland 1998 [1973]). *El Placer del texto y lección inaugural*. México: Siglo XXI).

Y en S/Z

“El texto único no es acceso (inductivo) a un modelo, sino entrada a una red con mil entradas; seguir esta entrada es vislumbrar a lo lejos no una estructura legal de normas y desvíos, una Ley narrativa o poética, sino una perspectiva (de fragmentos, de voces venidas de otros textos, de otros códigos), cuyo punto de fuga es, sin embargo, incesantemente diferido, misteriosamente abierto: cada texto (único) es la teoría misma (y no el simple ejemplo) de esta fuga, de esta diferencia que vuelve indefinidamente sin conformarse” (Barthes, Roland, 2004 [1980]). *S/Z: Un ensayo*. Buenos Aires Siglo XXI. 8).

- **Hipertexto:** La analogía con la red ya estaba presente en los escritos teóricos pos-estructuralistas (Deleuze y Guattari, Derrida, Foucault, Barthes) que buscaban romper las teorías y la crítica literaria basadas en las ideas de estructura, linealidad, centro y periferia, jerarquía, árbol. Desde esa concepción, la teoría literaria demostró que en todo texto se encuentran otros textos que operaron como condiciones de producción. En esta perspectiva, el hipertexto se define como la relación que une un texto B (hipertexto) con un texto anterior A (hipotexto) al que se incorpora de manera distinta de la del comentario (Genette, 1982). ¿Cuál es la diferencia, entonces, entre un texto producido por la imprenta y uno digital? Landow (1995 [1992]), uno de los primeros en marcar la diferencia entre el hipertexto electrónico y el analógico distingue:

**Hipertexto analógico:** Tiene dominante escrita. En el hipertexto analógico, las citas, alusiones, etc. son retomas hipertextuales tanto como los elementos paratextuales (notas al pie, índice, epígrafes, etc.) que llevan al lector de un espacio a otro. La particularidad del hipertexto es que basta con tocarlos para acceder instantáneamente (Landow, 1995: 16).

**Hipertexto electrónico:** Combina diferentes materialidades, incluso la escritura. Está “compuesto de bloques de palabras o imágenes electrónicamente unidos en múltiples trayectos, cadenas o recorridos en una textualidad abierta, enteramente inacabada” (Landow, 1995: 14). Estructura no secuencial sino bifurcada, que permite que el lector opte por diferentes recorridos establecidos. Incluye nexos ente el texto, otros textos y comentarios de lectores que intercambian opiniones y afinidades. Es por esta razón que se lo ha considerado como el reino del “lector activo” y por lo que se le atribuye un poder “democratizante”.

Por su parte, Pierre Levy (1993) resume seis características del hipertexto en soporte informático: 1) Principio de metamorfosis: el hipertexto digital está siempre en construcción. 2) Principio de heterogeneidad: nudos y lazos hipertextuales conectan imágenes, sonidos, palabras, diferentes materialidades. 3) Principio de multiplicidad y encajonamiento (encastre): cada nudo puede ser una red. 4) Principio de exterioridad: no hay un centro aglutinador. La composición y descomposición dependen de enlaces con elementos externos y conexiones con otras redes. 5) Principio de topología: la geografía de trayectorias se da por “continuidad” o “vecindad”. La red no está en el espacio, produce espacio. 6) Principio de movilidad de los centros: la red es policéntrica, dinámica y de elaboración colectiva.

Según Scolari (2008) el hipertexto posibilita la **interactividad** (relación usuario-dispositivo) y la **interacción** (relación entre usuarios en red).

- **Interactividad:** Noción determinada tecnológicamente. Es la capacidad de un dispositivo tecnológico mediático o un sitio web, de responder a la acción de un usuario.

- **Interacción:** Proceso entre humano y humano o usuario y usuario. Es la interacción de un sujeto con otros sujetos, medios, textos e *hipertextos*.
- **Inmediatez, Hipermediación y Remediación** (Bolter y Grusin, 2000)
  - **Inmediatez:** Recurso de los medios históricos y nuevos con el objetivo de representar lo real ocultando la mediación. Los medios históricos (pintura, fotografía, cine, TV) lo hacen a través de la **perspectiva lineal** (sujeto controla el espacio desde un punto de vista único y privilegiado), el **borrado** (borra la mediación, ilusión de espacio continuo con el espectador) y el **automatismo** en la técnica de la perspectiva que elimina al sujeto agente (cámara oscura, fotorrealismo, realismo cinematográfico). Los nuevos medios procuran el mismo efecto con recursos tecnológicos, procedimientos inmersivos, interfaz del escritorio, photoshop, imágenes verosímiles, etc.
  - **Hipermediación:** Estilo de producción visual multimedia estructurado en “ventanas” (Páginas Web, interfaz escritorio, videojuegos). Características: fragmentación, heterogeneidad de los materiales (imagen, sonido, escritura, animación, vídeo), espacio visual multipolar, interactividad. Estos procedimientos llaman la atención sobre el propio texto. A diferencia de la lógica de la inmediatez, que oculta la mediación, la lógica de la hipermediación exhibe el proceso de producción (auto-reflexividad) y obstaculizan la transparencia. Esta operatoria recrea procedimientos de desautomatización de la percepción del Arte Barroco y el Flamenco (S.XVII) y estallan la lógica de la inmediatez, dominante en la cultura occidental.
  - **Remediación:** Es “la representación de un medio en otro medio”. *Característica definitoria de los nuevos medios digitales*. Los nuevos medios remedian a los precedentes: **mantienen** (prensa), **modernizan** (documental multimedia interactivo) o **absorben sin dejar casi rastros** (*Toy Story*: animación tradicional basada en la ideología de la transparencia <sup>1</sup>). Un medio se incorpora en otros medios cuando por ej. la escritura remedia al lenguaje oral, la prensa escrita remedia la escritura manual y al telégrafo (McLuhan 1964, *La comprensión de los medios*), cuando una película toma procedimientos o escenas prestadas de otra anterior o cuando una pintura incorpora a otra como en *Las meninas* (Velázquez, 1656) o el *L’atelier du peintre* (Courbet, 1855).
- **Convergencia:** coexistencia de múltiples medios cuyos contenidos circulan por múltiples plataformas y pueden ser consumidos cuando y donde el usuario prefiera (Jenkins, 2006). Este proceso ha modificado drásticamente los consumos modos de acceder a los contenidos

---

<sup>1</sup> Al respecto es interesante la postura de Lev Manovich, 2008. “El cine, el arte del index” en La Ferla, Jorge (comp.). *Artes y Medios Audiovisuales: Un estado de situación II. Las prácticas mediáticas predigitales y postanalógicas*. Buenos Aires: Aurelia Rivera. Disponible en: [https://www.academia.edu/11576930/Artes\\_y\\_Medios\\_Audiovisuales\\_Un\\_estado\\_de\\_situaci%C3%B3n\\_II\\_LAS\\_PR%C3%81CTICAS\\_MEDI%C3%81TICAS\\_PRE\\_DIGITALES\\_Y\\_POST\\_ANAL%C3%93GICAS](https://www.academia.edu/11576930/Artes_y_Medios_Audiovisuales_Un_estado_de_situaci%C3%B3n_II_LAS_PR%C3%81CTICAS_MEDI%C3%81TICAS_PRE_DIGITALES_Y_POST_ANAL%C3%93GICAS)).

mediáticos y a las relaciones cada vez más complejas entre los medios corporativos de arriba abajo y a la cultura participativa de abajo arriba (Jenkins, 2006: 2). En la convergencia –dice Jenkins- viejos y nuevos medios se abrazan. La convergencia de medios dio lugar a tres modelos estrechamente ligados: la cultura de la convergencia, la cultura participativa y la inteligencia colectiva.

**Cultura de la convergencia** es, para autores como Levy y Jenkins, una “utopía realizable” que fomenta el empoderamiento del público para participar y ejercer una vigilancia crítica sobre los medios y sus formas sedimentadas de informar y de hacer negocios. Implica una nueva ética de la distribución del conocimiento y la deliberación pública (Jenkins, 2006: 256).

- **Cultura participativa:** Producción de contenidos por usuarios. Horizontal. Creativa. Aficionados suben vídeos digitales a un sitio web y los visitantes pueden comentar (Lévy, Jenkins, 2006).
- **Inteligencia colectiva:** capacidad de las comunidades virtuales de potenciar el conocimiento y las habilidades de los internautas mediante recursos colaborativos y deliberativos (Lévy, 1993).
- **Fan:** Usuario de internet que produce, circula y consumen contenidos en medios digitales de forma participativa. Se sitúa entre el entretenimiento y la intervención política y cultural.
- **Aca Fan:** Fan académico (Jenkins, 2009).

## **Bibliografía de referencia**

- Colombo, Fausto (1993). “La comunicazione sintetica”. En Bettetini, Gianfranco e Colombo, Fausto. *Le nuove tecnologie della comunicazione*. Bompiani Strumenti. Milano.
- Deleuze, Gilles (1982). «En qué se reconoce el estructuralismo». En Chatelet, Francois, *Historia de la filosofía. Ideas, doctrinas*, IV "La filosofía de las ciencias sociales«. Madrid: Espasa-Calpe.
- Genette, Gerard (1989). *Palimpsestos: la literatura en segundo grado*. Madrid: Taurus.
- Gurevich, Ariel (2018). *La vida digital. Intersubjetividad en tiempos de plataformas sociales*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Crujía. Colección Futuribles.

- Hjarvard, Stig (2016). “Mediatización: La lógica mediática de las dinámicas cambiantes de la interacción social”. En *La Trama de la Comunicación*, 20, 1, enero-junio. Rosario: UNR.
- Jenkins, Henry (2008 [2006]). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- \_\_\_\_\_ (2009). “Si no se propaga, está muerto (primera parte): virus de los medios y memes”.
- Landow, George (1995). *La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona: Paidós.
- Lévy, Pierre (1993). “Las tecnologías de la inteligencia. El futuro del pensamiento en la era informática”. Paris: La Découverte. Adaptación y traducción Roberto Marafioti.
- \_\_\_\_\_ (1999). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós.
- Scolari, Carlos (2008). “De los nuevos medios a las hipermediaciones”, en *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, 2003. "Televisión y Política: Historia de la Televisión y Campañas Presidenciales". Disponible en: <http://semiotica2a.sociales.uba.ar/contenidos-adicionales/biblioteca-digital/>
- Van Dijck, José (2013). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Oxford University Press. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Verón, Eliseo (2012). Prólogo a Carlón, Mario y Antonio fausto Neto (comp.) (2012). *Las políticas de los internautas*. Buenos Aires: La cruzía.