

Semiótica de los medios II - Unidad 4 - Teórico 12 - 21/06: Interfaces digitales, dispositivo metafórico e interacción

Prof. María Elena Bitonte

Contenidos: Procesos semióticos y operaciones de producción de sentido en la interfaz digital. Operaciones configurantes de la identidad y la interacción en la plataforma Facebook. La cadena metonímica del agrado. Operadores indiciales de relaciones *on* y *offline*.

Lecturas:

Scolari, Carlos (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa. (Selección).

Gurevich, Ariel (2018). "Ansiedad". En *La vida digital. Intersubjetividad en tiempos de plataformas sociales*. Cap.3. 73-119. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Crujía. Colección Futuribles.

Presentación sociosemiótica de las interacciones digitales

Carlos Scolari es un semiólogo argentino, formado en la Universidad Nacional de Rosario y actualmente profesor de Universitat Pompeu Fabra, en Barcelona. Su director doctoral fue nada menos que Gianfranco Bettetini y este libro es el resultado de su tesis. Scolari es un consecuente divulgador de la semiótica con sus numerosos libros y artículos especializados en narrativas transmedia y particularmente, a través de su conocido blog *Hipermediaciones*. Su libro, *Hacer clic* sigue siendo, con el paso al paso de los años, una de las caracterizaciones más descriptivas de las interacciones y procesos semiocognitivos que se producen en la interfaz digital y los signos que la componen. El encuadre teórico combina semiótica y teoría cognitiva. En este cruce convergen autores que son ancestros teóricos del tipo de semiótica que desarrollamos en la materia: Charles Peirce, Eliseo Verón, Umberto Eco, Gianfranco Bettetini, Pierre Levy. ¿Qué es la interfaz virtual? ¿Qué clase de conocimiento y e interacciones pone en obraa? En lo que sigue, trataremos de responder a esta pregunta.

Interfaces digitales

“*[L]a mejor interfaz es la interfaz que no se siente*” (Scolari, 2004: 26). Esta es la primera definición con la que quiero empezar, para retomar en bucle las reflexiones que hicimos la clase anterior respecto de la inmediatez y la voluntad de transparencia e inmersión que caracterizan la cultura digital (Bolter y Grusin, 2000). El ideal del diseñador es “esconder” la interfaz. Pero, inversamente, el ideal del semiótico es deconstruir las operaciones de producción de sentido y advertir sus potenciales efectos. Desde esta premisa, Scolari propone “superar el *mito de la transparencia de las interfaces*, desmontando los complejos dispositivos semióticos que se esconden detrás de la aparente automaticidad de la interacción” (Scolari, 2004: 31). Con ese fin, presenta un modelo semiocognitivo de la relación hombre-computadora basado en una sociosemiótica de las interacciones digitales. Tal enfoque confronta la tradición lingüístico-comunicacional apoyándose en las formulaciones de Umberto Eco (1979, *Lector in Fabula*), precursor de la semiótica de los procesos interpretativos. De este punto de vista analítico adopta como ideas rectoras las nociones de *signo* fundado en la inferencia, de *semiosis* como proceso dinámico e ilimitado y de *enciclopedia*, claves para entender la interacción texto-lector y dar cuenta del proceso colaborativo que se desarrolla en la actividad interpretativa.

La interfaz articula dos espacios, dos mundos diferentes, uno fáctico y otro virtual. En este marco, Scolari define la interfaz digital como un “dispositivo capaz de asegurar el intercambio de datos entre dos sistemas (o entre un sistema informático y una red de comunicación)” (2004: 39). Para describir la interacción entre el hombre y la interfaz, Scolari parte de la base de que los procesos interpretativos no son automáticos y que su análisis requiere articular sociosemiótica y ciencia cognitiva. Desde esta convicción, comienza por discriminar procesos semióticos diádicos y triádicos. Como ya ustedes vieron al estudiar las categorías peirceanas, la relación estímulo-respuesta, acción-reacción, causa-efecto, etc., son procesos *diádicos* o binarios, es decir, corresponden a la categoría de secundaridad (A se relaciona con B). Un proceso semiótico *genuino* (como lo llamaba Peirce), en cambio, siempre es *triádico* porque exige la mediación interpretativa del código o interpretante (A se relaciona con B a través de C). Las relaciones diádicas, no es que no sean semióticas, pero se ubican en el nivel de los procesos que Eco denominó *protosemióticos*. ¿Por qué? Porque estos procesos son independientes o incluso previos a ser organizados por las leyes del pensamiento y el lenguaje. La distinción entre fenómenos

semióticos propiamente dichos son del orden simbólico. Y los *presemióticos* son del orden icónico e indicial, pero se vuelven *semióticos* cuando interviene el *reconocimiento* (el tercero interpretante). Hecha esta distinción, Scolari enfatiza la importancia de estos procesos en la producción de sentido, más aun en el caso que nos ocupa, la interfaz digital, donde la atención hacia los objetos está regida por la indicialidad.

“¿Por qué –se pregunta Scolari- nos interesa tanto esta *protosemiotización* de los procesos perceptivos?” (2004: 35) porque los elementos perceptivos, como señales sensoriales, estímulos cualitativos y relaciones de diversa índole, forman la fibra y trama de la cognición y es preciso poder identificarlos para encuadrarlos analíticamente. Los encuadres que reducen la interactividad a una acción automática y naturalizada de un sujeto sobre un dispositivo se quedan a mitad de camino (en el nivel diádico). A diferencia de ellos, Scolari enfatiza la materialidad del dispositivo y los procesos semicognitivos que habilita: las intervenciones cognitivas (interpretativas) y físicas (uso del mouse, trayectorias de navegación) del interactor. La interfaz “se siente” y el usuario interactúa con ella. El análisis entonces consiste en no naturalizar sino desautomatizar los procedimientos perceptivos sobre los que los diseñadores de interfaces (“detrás de la pantalla”) trabajan estratégicamente para orientar la atención y mantener empatía del usuario (“delante la pantalla”).

Dispositivo metafórico y contrato de interacción

¿Cómo ha sido estudiado el intercambio entre las personas y los dispositivos electrónicos? El cap. 2 del libro de Scolari propone un recorrido de las diferentes metáforas que se usaron para describir la interfaz digital. Vamos a detenernos en alguna de ellas que son las que señalan el itinerario argumentativo que lleva al autor a su concepción conversacional.

Vale aclarar ante todo que las metáforas son un potente recurso retórico y cognitivo que sirve para comprender las cosas que nos rodean sobre la base de analogías (‘escritorio’, ‘windows’, ‘abrir’, ‘cerrar’, ‘mouse’, ‘menú’, ‘virus’, etc.). Tienen un gran poder persuasivo y como no podría ser de otro modo, comportan una dimensión ideológica cuyas consecuencias prácticas corresponde identificar (por ejemplo, en este libro, la metáfora de la ‘conversación’ es sostenida por una matriz semio-pragmática). “La interfaz, como cualquier otro lugar donde se verifican

procesos semióticos, nunca es neutral o ingenua” (Scolari, 2004: 27). Lo que equivale a decir que ninguna producción semiótica es neutra. Los signos no lo son.

Las primeras aproximaciones a la noción de interfaz corresponden a una concepción *informática*, dominante en los años '70, que focalizaron el dispositivo material o *hardware* como sistema de intercambio bidireccional de datos. Esta concepción, en 1984 se materializó en el primer sistema operativo basado en la **metáfora del escritorio** creado por Macintosh y posteriormente, desarrollado por Windows en 1985. Ambas fueron diseñadas como interfaces gráficas destinadas a que el usuario interactúe con ventanas, íconos y menús a través del mouse. En el escritorio virtual, abrimos y cerramos carpetas, leemos y redactamos documentos, arrojamos lo que no sirve a la papelera, anotamos en el bloc de notas, usamos la calculadora, miramos el reloj, el almanaque, programamos la agenda, y más, como lo hacemos en nuestro escritorio real.

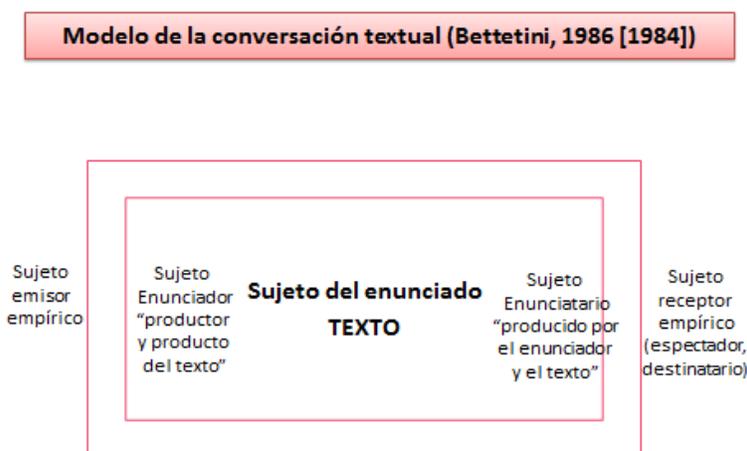


Sistemas operativos Mac y Windows

En los '80 se generaliza la **metáfora instrumental** de la comunicación entre el hombre y la computadora y en los '90 adopta una connotación más ligada a la idea de McLuhan (1967), de que *el medio es el mensaje*. La interfaz se va a concebir entonces, no como mero *hardware* sino como extensión del cuerpo, como superficie de contacto entre dos sistemas, uno humano y el otro, tecnológico. Desde esta perspectiva es posible definir la interfaz, con Pierre Lévy, como una *red cognitiva de interacciones* y avanzar en el análisis de la gramática de la interacción que rige los procesos de producción y reconocimiento y la cadena operatoria de uso (la secuencia o sintaxis de operaciones que se desarrollan para ejecutar acciones específicas a partir de la

relación mente- mano-ordenador)¹: “La superficie de contacto entre la mano y el martillo –dice Scolari, 2004: 46- pertenece al universo de la interfaz así como los objetos virtuales representados en la superficie de las pantallas interactivas”.

Un lugar privilegiado tiene en este libro, la **metáfora conversacional**, tomad del libro de Bettetini (1986 [1984]). *La conversación audiovisual*² que, como vimos en la clase sobre Teoría de la Enunciación, ofrece una aproximación semio-pragmática al lenguaje audiovisual. Para explicar el intercambio comunicativo entre el espectador y el film, Bettetini recurre a la idea de una conversación simbólica o textual que se entabla entre dos sujetos “virtuales” (en su acepción no digital): el enunciador, “productor y producto del texto” y el enunciatario “producido por el enunciador y el texto” (Scolari, 2004: 57), tal como lo ilustra el siguiente gráfico:



Este diálogo se desarrolla *en el texto* cinematográfico, no entre sujetos empíricos sino entre un enunciador y un enunciatario. El enunciador deja huellas de su intervención ordenadora sobre el metraje (títulos, organización de las partes del texto, banda sonora, etc.) y frente a estas marcas, el enunciatario desencadena su labor inductiva e interpretativa. Así, el enunciador proyecta

¹ Las secuencias operativas son la serie de interacciones con los objetos que nos permiten ejecutar regularmente acciones y subacciones bajo la forma de guiones: desde operaciones como abrir una puerta, encender la luz a cortar y pegar un texto en Word. Levy (1993, “Las tecnologías de la inteligencia”) menciona cadenas operatorias relacionadas a otras *tecnologías*, como la escritura (interacción pluma-alfabeto-papel), o la carpintería (mano, martillo, tabla).

² Bettetini, Gianfranco (1986 [1984]). *La conversación audiovisual. Problemas de la enunciación filmica y televisiva*. Madrid: Cátedra.

estratégicamente a su enunciatario y le destina índices comentativos que activan sus saberes colaterales y guían su acción. A partir de todo ese trabajo constructivo del enunciatario sobre la materialidad del texto, el enunciatario recoge estas pistas y activa su *enciclopedia* para avanzar, a la vez que reconstruye hipotéticamente (imagina) a partir de estas mismas marcas, la figura del enunciatario. “El texto, en otras palabras, anticipa las reacciones del destinatario y las representa simbólicamente en su interior”. Se da así, un *simulacro de diálogo* entre figuras incorpóreas. Ahora bien, para producir esta interacción, el destinatario produce una extensión simbólica de su cuerpo, a la que Bettetini denominó “*prótesis simbólica*”. Mediante esta prolongación, *el espectador entra en el texto y conversa con el sujeto enunciatario*³. Scolari adopta el modelo de conversación audiovisual para analizar la interacción que se da en las interfaces digitales, pero atención: mientras en el modelo de conversación audiovisual el sujeto entra *simbólicamente* en el texto, en la interacción digital la prótesis se *visualiza* en pantalla. *El simulacro del cuerpo del usuario aparece en la pantalla* bajo la forma de *cursor* (Scolari, 2004: 59). De este modo el cuerpo material se *virtualiza* adquiriendo –dirá algunos años después, Scolari (2008, *Hipermediaciones*)- las características de digitalización, reticularidad, interactividad, hipermedialidad, multimedialidad e hipermediación.

Resumiendo, a diferencia de los modelos basados en la *metáfora instrumental*, blandida por diseñadores y programadores informáticos que no ven un diálogo sino una relación de estímulos y respuestas y se preocupan por crear interfaces gráficas “amigables”, la conversación no es para Scolari, una simple metáfora sino un salto cualitativo sin precedentes en los estudios de la interacción hombre-computadora.

Vamos a pasar a considerar finalmente, la *metáfora ambiental*, que también le sirve a Scolari para trabajar con una idea escenográfica o arquitectónica del hipertexto. Desde esta visión, la interfaz es *lugar de interacción, espacio* que el usuario habita y donde realiza su actividad. Con ese fin,

³ La teoría de la *conversación textual* de Bettetini recoge categorías de la ciencia cognitiva y la tradición semiótica de matriz interpretativa de Umberto Eco, para trasponer las nociones de sujeto *enunciatario* y *enunciatario* en términos de instancias virtuales, es decir, productos de la actividad inferencial que se da en la coenunciación y que se actualizan en cada lectura. Estos sujetos, de ninguna manera deben confundirse con sujetos empíricos. La semiótica interpretativa desarrollada por Eco (1979) acuñó los conceptos de «lector modelo» y «autor modelo» para demostrar que el autor y el lector son dos simulacros producidos durante la actividad lectora. El autor (empírico) prevé un lector modelo o imaginado, capaz de cooperar activamente para *actualizar* el texto. Y el lector, al leer, crea una hipótesis del autor, infiriéndola de la estrategia que plantea el texto.

vamos a comparar la interacción que se da entre la lectura de textos analógicos (como libros y cosas así) y textos electrónicos.

El hipertexto como escenario de interacción

La actividad colaborativa del lector en la interpretación textual ha sido una problemática de la que dieron buena cuenta la teoría y la crítica literarias desde hace siglos. Pero todavía queda mucho por entender para describir cómo el usuario construye sentido en la interacción con textos digitales. El nacimiento del hipertexto electrónico ha desatado extensas discusiones sobre las nuevas formas de lectura y escritura, y sobre las nociones de autor y lector. Pero la hipertextualidad no es una característica nacida con los textos digitales. Notemos que desde antes de Internet, un texto se define en su relación a otros textos, tal como lo hace Roland Barthes al definir el texto de soporte tradicional: “El texto único no es acceso (inductivo) a un modelo, sino entrada a una red con mil entradas” (Barthes, 2004 [1980]: 8)⁴. Por su parte, Gérard Genette (1989)⁵ describió los diferentes tipos de relación posible entre textos (*transtextualidad*): *architextualidad* (categorización de géneros o clases de textos); *intertextualidad* (relación de copresencia entre textos: cita, plagio, alusión); *metatextualidad* (crítica, comentario del texto); *paratextualidad* (relación texto-paratexto, esto es, lo que rodea al cuerpo principal: títulos, epígrafes, notas a pie, ilustraciones, etc.) e *hipertextualidad* (relación entre un texto A (hipertexto) y otro texto anterior B (hipotexto) en el que se inserta, pero no al modo de comentario). Ahora bien, el hipertexto alcanza su plenitud en la World Wide Web recogiendo su sentido original de tejido o red de alcance global.

Otra noción que conviene distinguir es la de *paratexto*. El paratexto en textos analógicos, según Genette, se define como texto separado del principal y “subordinado” a él (notas de contratapa, notas al pie, epígrafes, etc.). Por el contrario la interfaz digital integra y entrevera texto y paratexto en un *continuum*. El usuario no sólo lo lee, lo *actualiza* en su recorrido, *entra* y *sale*, lo usa, lo interviene y deja rastros de su paso (marcado como visitado, leído, enviado, etc.). Para el usuario, los elementos paratextuales están “al toque” o a un clic, espacial y temporalmente. De

⁴ Barthes, 2004 [1980]). *S/Z: Un ensayo*. Buenos Aires Siglo XXI.

⁵ Genette, Gerard (1989). *Palimpsestos: la literatura en segundo grado*. Madrid: Taurus.

ahí que, según Scolari (2004: 105), en las interfaces digitales *la diferenciación entre texto y paratexto tiende a desaparecer*. Un detalle no menor a tener en cuenta en el análisis, es que el paratexto no es neutro: cuando un autor coloca una información en una nota al pie⁶, está tomando una decisión acerca de lo que considera relevante y lo que no, establece una jerarquía (y si no, lean el cuento del mismo nombre de Rodolfo Walsh).

Hechas estas aclaraciones ¿cómo se construye el sentido en la interfaz? Para responder a esta pregunta, Scolari recurre a la noción de *gramática* del modelo de la Sociosemiótica. Según su aproximación, existen tres gramáticas: una *gramática textual* (típica de soportes textuales tradicionales con dominante escrita), una *gramática gráfica* (que constituye lo que podríamos llamar, la semiosis plástica de la superficie de un texto) y una *gramática de la interacción*. Estas gramáticas incluyen elementos verbales y no verbales que orientan la lectura de la *puesta en página* (distribución gráfica, espacios en blanco, columnas, tipografía, color, sistemas de indización textuales y paratextuales, etc.). Muchos de los elementos icónicos e indiciales del diseño de página tradicional son recuperados (*remediados*) en formato digital, volviéndose interactivos, colaborativos y navegables (piensen en los géneros de la prensa escrita: libros, artículos, diarios, enciclopedias, que incluyen enlaces, direcciones URL, hashtags, etc.). Tomo prestadas estas imágenes de la semióloga argentina Natalia Raimondo Anselmino⁶ para ilustrar cómo el hipertexto digital extiende sus alcances a otros contenidos, otras ventanas, otros medios, otras plataformas y a la interacción entre usuarios:



⁶ Raimondo Anselmino et al. (2019). “Recursos paratextuales y paralingüísticos en las fanpages de los periódicos argentinos clarín y la nación. Atributos del discurso de la prensa en las redes”. En *Perspectivas de la comunicación*, 12 (2). Chile: Universidad de La Frontera. 245-280. [https://dx.doi.org/10.4067/S0718-48672019000200245].



A partir de este enfoque, la interacción usuario-pantalla articula las **tres gramáticas** que conviven en un mismo espacio hipertextual: **textual, gráfica e interactiva**. Se activan en una arquitectura que se recorre clickeando botones, íconos y vínculos que posibilitan la navegación, el *feed-back* y determinadas secuencias operativas de acciones. Para dar cuenta de esta complejidad, Scolari sostiene que la puesta en página puede leerse desde dos perspectivas: la del *diseñador* que la predetermina (prevé las necesidades del destinatario, qué estímulos podrían llamar su atención, qué saberes previos debe activar, qué inferencias puede hacer) y la del *lector*, con sus competencias, que la ejecuta. La gramática de interacción le impone al usuario una cierta manera de leer y sobre todo, de *hacer* (Scolari, 2004: 107). Vamos a definir entonces, esta *gramática de la interacción* como el encuentro entre las pantallas interactivas y los recursos semióticos, perceptivos, interaccionales y cognitivos del usuario.

Simulacros textuales y contrato de interacción

La interfaz entonces es el lugar de encuentro entre la gramática del diseñador y la gramática del usuario, dos simulacros que *conversan*. El enunciador se presenta como simulacro y principio organizador del texto, “aparato ausente, productor y producto del texto, que deja las huellas de su paso ordenador sobre los materiales significantes” (Bettetini, 1984: 7). Y el enunciatario es proyectado en el texto por la instancia de enunciación. ¿Cómo es la interacción hombre-

dispositivo electrónico desde el modelo de la conversación textual? Scolari resume la diferencia entre las interacciones textuales no digital y digitales en estos tres puntos:

- En la conversación textual no digital, *el enunciador* es fijo, en el sentido de que está definitivamente estructurado por el texto impreso y no cambia⁷. En la conversación mediada por tecnologías digitales está parcialmente estructurado porque se actualiza según las estrategias *potenciales* que pueden ser activadas o no por el usuario.
- Mientras en la conversación audiovisual el *enunciatorio* entra en el texto mediante una prótesis simbólica abstracta, en la conversación virtual, esta manifestación protésica se hace *visible* en la pantalla (cursor, *mouse* y demás marcas de presencia en línea).
- La interacción con la interfaz digital presupone no sólo un saber leer sino un saber-hacer, en términos de competencias de diseño y uso (“*affordances*”).

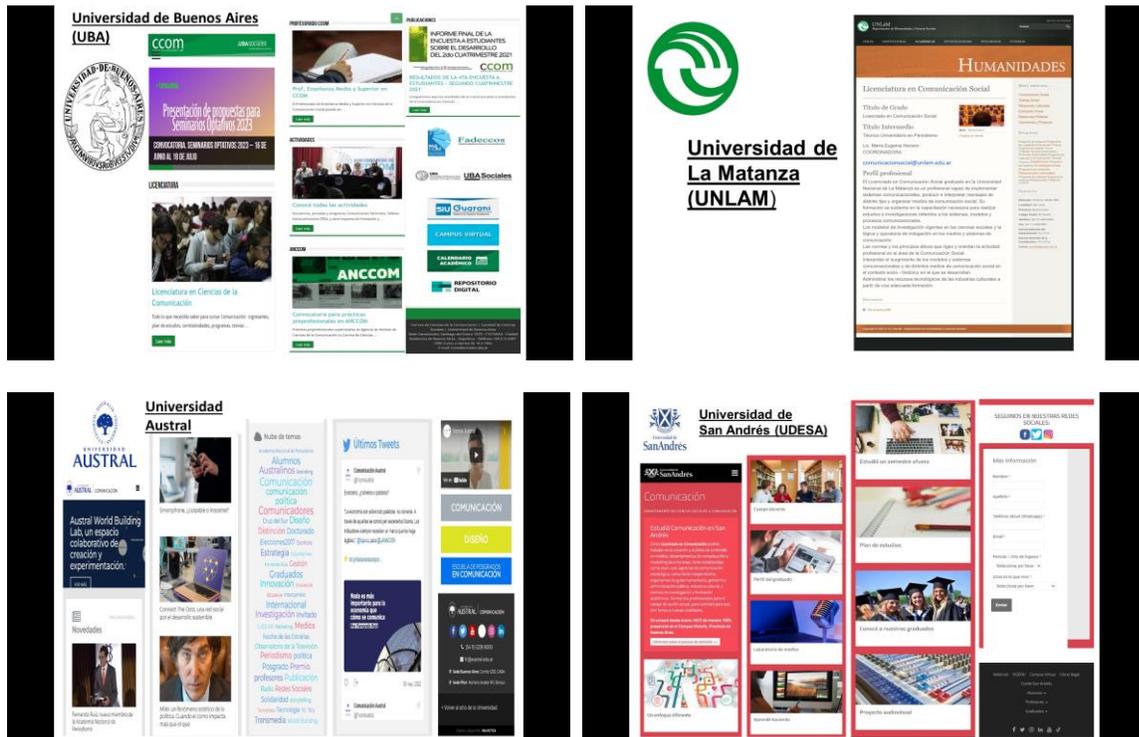
Desde una perspectiva semiótica, la conversación nos lleva a la noción de *contrato*. Un contrato es una mediación que conlleva la idea de negociación de posiciones, conflictos y acuerdos. Por eso es tan importante remarcar que un contrato enunciativo es resultado de estrategias de ajuste entre las esquematizaciones de producción y reconocimiento, es decir, entre la imagen o representaciones que el destinatario proyecta sobre el enunciador y viceversa. Esta negociación se establece mediante el *contrato de lectura* que regula el intercambio (Verón, 1985 y 2004 [1988])⁸:

“En los medios impresos, la construcción del simulacro del lector no se realiza sólo a través del texto escrito. La mirada de un personaje de tapa, las características enunciativas de un subtítulo o la disposición de los contenidos constituyen importantes *huellas* útiles para la estructuración del *coenunciador*. Sin embargo, no se trata de sumar elementos aislados (textos escritos, compaginación, encuadre fotográfico, etcétera). Toda la *mise en page* guía la construcción del

⁷ Notemos cómo reaparece la oposición entre la supuesta lectura pasiva de los textos de soporte tradicional y la lectura activa, como característica distintiva de los nuevos medios. Tratemos de mantener una distancia crítica de estas posiciones para poder apreciar las diferencias entre dos tipos distintos de actividad lectora en soportes tradicionales y digitales.

⁸ Verón, Eliseo (1985). “El análisis del contrato de lectura. Un nuevo método para los estudios del posicionamiento de los soportes de los media”. *Les medias: Experiences, recherches actuelles, applications*. Paris: IREP. Y (2004 [1988]). “Prensa Escrita y teoría de los Discursos sociales” En *Fragmentos de un tejido*. Buenos Aires. Gedisa.

simulacro del lector (Scolari, 2004: 158)”. Tomemos como ejemplo estas *home-page* de portales de universidades y Carreras de Ciencias de la Comunicación⁹ para observar cómo se construye el enunciador (las instituciones, con su ethos de sabiduría, sus escudos identitarios, sus preceptos en latín, su contrato asimétrico y sus recursos mitigadores de la distancia para simetrizar el vínculo) y cómo proyecta y construye al enunciatario (estudiante? ¿cliente? ¿académico? ¿emprendedor? ¿empresario?).



Para terminar, consideremos las consecuencias de este modelo respecto de las elecciones del usuario frente a las variaciones estratégicas de la oferta: “Cada página web o producto hipermedia construye un simulacro de usuario que funciona como *propuesta de interacción* en relación al usuario empírico sentado frente a la pantalla interactiva, quien decidirá si aceptar o rechazar la oferta” (Scolari, 2004: 159). Es evidente entonces, advierte Scolari, que estamos frente a la situación característica de los medios masivos que Verón define como “competencia

⁹ Las imágenes son parte del corpus analítico de la tesina en curso de Natalia Rossi, una estudiante de esta casa de estudios.

discursiva” o “zona de competencia directa” donde el usuario o lector puede optar hoy más fácilmente que nunca ya que *basta un clic del ratón para acceder a otra propuesta de contrato*. La perspectiva contractual plantea una diferencia normativa crucial para el modelo de negocios de los medios digitales y sus géneros:

“Desde esta perspectiva, podemos decir que la red digital está formada por centenares de millones de páginas que esperan ansiosas a *su* visitante. O mejor: millones de páginas en lucha desesperada por atraer a sus visitantes” (Scolari, 2004: 159).

Cada empresa, Fanpage o plataforma de medios de la red genera *estrategias enunciativas* específicas para interactuar a través de una interfaz digital según cada propuesta contractual. De ahí que lo que guía el diseño de un producto hipermedia es la gramática de interacción:

“Si no se sabe qué relación se quiere establecer con el usuario, si antes no se aclara qué tipo de contrato se quiere proponer al navegante, entonces resulta inútil discutir sobre las imágenes o animaciones que aparecerán en la Home-Page. En los ambientes digitales la dimensión interactiva –la propuesta de interacción– *no es un componente más del cóctel multimedia sino un ingrediente esencial*” (Scolari, 2004: 159).

Con esto, después de haber incursionado con Scolari en la interacción sujeto-ordenador y las operaciones semiocognitivas que se ponen en marcha, vamos a continuar interiorizándonos en cómo se generan interacciones intersubjetivas a través de las plataformas de redes sociales, con Gurevich (2018).

...

Vamos continuar el tema de la interacción con Gurevich, *La vida digital. Intersubjetividad en tiempos de plataformas sociales*, publicado en 2018 por Crujía. Este el libro es la reescritura de su Tesina de licenciatura en Comunicación, UBA (2014: “*Retóricas de la identidad. Arquitectura de Facebook y Cultura contemporánea*”). Recién veíamos que para describir la interfaz Scolari se centraba en el espacio de interacción entre el sujeto y el dispositivo, las operaciones semiocognitivas que implica esta “conversación” y en cómo el sujeto recorre esa arquitectura haciendo clics en una dinámica que compromete fuertemente la dimensión indicial de la

producción de sentido. Ahora vamos pasar de las interacciones con la plataforma a las relaciones entre sujetos, tal como se desarrollan en Facebook y otras redes sociales.

Gurevich se apoya en la Sociosemiótica para superar las perspectivas representacionistas ligadas a las metáforas del “espectáculo” y la “exhibición” de un yo que representa una ficción de su vida en las redes sociales. Focaliza en cambio, las narrativas del yo, señalando que estas se apoyan fuertemente en lo visual pero para expandirse en una semiosis de reenvíos indiciales, operatoria fundamental de la semiótica peirceana y veroniana. Subir fotos y videos a una red social entonces es la base de apoyo para suscitar interacciones: gustar y ser gustado, mencionar y ser mencionado, comentar y ser comentado, etiquetar y ser etiquetado, contar historias aun efímeras. Así, la imagen es soporte de la interacción, *bisagra entre lo icónico e indicial*. Más que imágenes son operadores de afectos y *contacto* entre contactos. Operadores de veridicción en el mismo nivel que hipervínculos, localizaciones, etiquetas, que autentifican situaciones y conectan la vida *on* y *off-line* (Alguien estuvo ahí). Desde este punto de vista analítico, la relación entre vida digital y vida real no se define según la oposición realidad/ficción ni presencia/ausencia, sino en el *continuum* vida real-vida digital. De este modo, así como el yo se extiende en la primera persona gramatical, las menciones y etiquetas son una continuación del cuerpo.

Narrativas del yo, narrativas del presente, de la brevedad, de la monetarización del yo ¿cómo son esas nuevas formas de sociabilidad interpersonal? ¿cómo nos relacionamos con los dispositivos técnicos y entre nosotros mediante ellos? ¿son equivalentes las presencias virtuales a las presencias “reales”? ¿podemos hablar de presencia cuando los cuerpos físicos de los participantes están ausentes, en el mismo sentido que lo hacemos con las interacciones cara a cara? Estas preguntas han estado en el centro de las preocupaciones en materia social, laboral y educativa, durante la pandemia del COVID-19.

Gurevich recoge aportes de quienes han teorizado sobre la naturaleza de los vínculos que se construyen en las plataformas sociales: Verón (1988 [1993]): 141)¹⁰, quien describió el funcionamiento de reenvíos indiciales, esa “capa metonímica de la producción del sentido”, Licoppe (2012)¹¹, que desde el marco pragma-fenomenológico de las nuevas formas de presencia

¹⁰ Eliseo Verón (1993 [1988]). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa. Cap. 7, “El cuerpo reencontrado”.

¹¹ Licoppe, Christian (2012). “Les formes de la présence”. En *Revue française des sciences de l’information et de la communication*, 1. [<http://journals.openedition.org/rfsic/>].

en línea, discutió la tradición filosófica de la Modernidad que instaló la presencia física como modelo ideal opuesto a la ausencia. Si desde las concepciones representacionistas del lenguaje, lo presencial se opone a lo ausente, desde la perspectiva de la “presencia conectada”, *la presencia no se opone a la ausencia sino al silencio* (Licoppe, 2012: 12). Esta diferencia normativa introduce un espesor en la vida digital que se define no por la convivencia de los cuerpos en un espacio real sino por su convivencia en un mismo espacio-tiempo virtual: “La presencia conectada pone entonces en valor la indexicalidad” (Licoppe, 2012: 12). Precisamente, el capítulo que estamos desarrollando se abre refiriéndose al sentimiento de ansiedad que produce perder el celular, que se caiga la conexión a Internet, ese *horror vacui* que nos invade como una metáfora de desconexión, en un contexto de comunicación de mensajes y fotografías en vivo, donde “las publicaciones son índices de las trayectorias espacio-temporales de los sujetos” (Gurevich, 2018: 74) y “el sujeto conectado es terminal siempre accesible, enlazado a un dispositivo que lo localiza y a donde le hablan por doquier” (2018: 77).

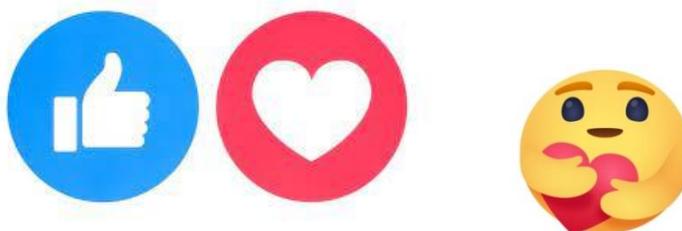
Las interacciones en línea tienen todas la misma matriz, basada en la noción de *contacto*. Para nombrarlas Gurevich acuñó la noción de “cadena metonímica de agrado”, modalidades de la “tríada interactiva” del “Gustar”, el “Comentar” y el “Compartir” que enlazan a los usuarios con el contenido aludido, visibilizando, reforzando y extendiendo “en *streaming*”, los vínculos entre contactos no anónimos que expresan sus juicios de valor sobre posteos generados por otros usuarios:

“Son nuevas formas de presencia en línea, que las tecnologías comunican generando piezas de información, huellas de nuestra presencia conectada (Matassi, 2015). Nuestra hora última de conexión, el acuse de lectura de un mensaje, si gustamos, comentamos, compartimos, respondimos a una publicación en la que fuimos etiquetados o mencionados. Son nuevas formas de retorizar las interacciones en línea, posibilidades de nuestro cuerpo digital que penetran (y modelan) nuestros vínculos y conversaciones en el mundo *off line*” (Gurevich, 2018: 75).

Moraleja: Si los cuerpos “recontrados” en la Red bajo nuevas formas tecnológicas de reenvíos indiciales se hacen presentes y dejan huellas de su presencia en línea, el mundo digital no puede ser pensado por fuera de su imbricación con el mundo *off line*.

Semiosis del gustar

Tal como lo habrán leído, Verón (1988 [1993]: “El cuerpo reencontrado”, 141) señala que el funcionamiento indicial permite comprender dos cosas muy importantes: *la dimensión interaccional de los comportamientos y la estructuración de los espacios sociales*. Desde esta perspectiva, las narrativas del yo activan, nuevamente, esa capa primitiva de constitución del sujeto, la “capa metonímica de la producción de sentido”, que se define como una red intercorporal cuyos lazos reposan en la regla de *contigüidad*. En el contexto de medios de redes sociales, la mirada del otro se manifiesta no como voyeurismo sino como inscripción física de una adhesión que se ratifica con el “me gusta”. A diferencia de la mirada que recae sobre soportes tradicionales como la fotografía o la postal, tomadas en un momento y vistas en otro espacio, tiempo y soporte (un retrato enmarcado en la pared, un álbum de fotos) y en privado, la mirada en la vida digital produce interacción porque adquiere una dimensión *visible, comunicable y pública*. En este marco, las imágenes, el “me gusta”, el corazón de Twitter, Instagram, Tinder, no sólo suponen la expansión de la corporalidad y los afectos, sino que desafían la distancia temporal y espacial real.



El “Me gusta” se vuelve pivote de un repertorio de reacciones (“Me encanta”, “Me enoja”, “Me divierte”, “Me asombra”, “Me entristece” y el nuevo “Me importa”, surgido en pandemia, en 2020). Son todos ellos, operadores de contacto y empatía positivos. A diferencia de Youtube, que cuenta con la opción del “pulgar abajo”, en Facebook no hay lugar para el “no me gusta”, sólo es posible deshacer la acción (“Ya no me gusta”) sin dejar rastros. Estos operadores de interacciones discursivas son a la vez, operadores de popularidad, valorpreciado de las *redes sociales*. Esto explica por qué “el “Me gusta” es la piedra angular del modelo de negocios de la plataforma” (Gurevich, 2018: 81): porque explicita las preferencias de los usuarios, concebidos como consumidores, y direcciona las ofertas publicitarias de marcas, Fanpages, empresas, organizaciones o candidatos políticos de forma personalizada. No dejen de leer la analogía que

hace el autor con el cuento *Pulgarcito*, de los Hermanos Grimm, como paradigma de esta mercantilización del yo. Y es muy interesante también el análisis sintáctico del ‘Me gusta’, porque desmonta una de la estructura gramatical donde el enunciador realiza no menos de tres operaciones semióticas: en primer término, en un gesto público señala lo que le gusta (“esto”, sujeto gramatical); en segundo lugar, se marca como afectado (emocionalmente) por la acción del verbo “me” (objeto indirecto, no sujeto gramatical) y en tercer lugar, interpela a quien lo recibe (Gurevich, 2018: 82):

‘Eso/Ese’ [sujeto tácito:] ‘me’ [objeto indirecto, ‘a mí’] ‘gusta’ [verbo].

Como pueden ver, el análisis sintáctico finalmente iba a servir para algo. Esta exhaustiva descripción semiótica de la gustabilidad se articula con la historia crítica de los medios y la perspectiva socio cultural y económica de José van Dijck. La autora articula el “me gusta” con el resultado de un cálculo algorítmico que computa la cantidad de clicks y da cuenta no sólo de una economía de los afectos y del contacto en línea sino también de un tipo de socialidad vendible, cuantificable y manipulable:

“[F]omentar los índices de popularidad – dice van Dijck- es parte fundamental del mecanismo que conllevan botones de este tipo. Aquellas personas que tienen muchos amigos o seguidores comienzan a ser consideradas influyentes, y su autoridad o reputación social aumenta a medida que reciben más clicks. Las ideas que reciben un “me gusta” de muchas personas pueden llegar a convertirse en tendencias. “Hacerse amigo”, “seguir” y “marcar tendencias” no son las mismas funciones, pero se derivan todas del mismo principio de popularidad que subyace a la economía online de los medios sociales (van Dijck, 2013: 18)¹².

Semiosis del comentar

El comentario es un género primario y dialogal propio de la oralidad. Es un *metatexto*, en el sentido de Genette (1989) en tanto texto que habla de otro texto. Y el comentario digital remedió la conversación oral y estalló como la práctica discursiva más asidua de los nuevos medios de

¹² van Dijck, José (2013). *La cultura de la conectividad, Una historia crítica de las redes sociales*. Oxford University Press. Buenos Aires: Siglo Veintiuno

comunicación (Sal Paz, 2013)¹³. El comentario digital es un género eminentemente interaccional e interactivo que exterioriza los sentimientos, reacciones y pensamientos de quienes coenuncian. ¿Por qué decimos que es interaccional e interactivo? Justamente porque, por un lado, forma parte de una conversación colaborativa que ocurre como respuesta a un posteo o a otro comentario, lo que genera una secuencia de interacciones sucesivas. En los medios de red tiene una estructura de hilo descendente (*thread*) que se sucede en *streaming*, en tiempo real. Y por otro lado es interactivo ya que al tiempo que expresa una opinión sobre un posteo, comentador y comentado quedan suscriptos de manera tal que la plataforma les notificará cada nuevo comentario que se produzca.

Gurevich observa que mientras el “me gusta” es el lugar de la mirada, el comentario es donde se aloja la voz. De esta forma cada posteo agrupa las conversaciones como una especie de foro donde se encuentran co-presentes los que postean, los que comentan y los que fueron etiquetados o mencionados. Así, los amigos se reúnen con otros amigos o no-amigos, seguidores, en un espacio conversacional común. Este tipo de interacción forma parte de nuestra cultura participativa mediada por la tecnología y es para algunos, la panacea democrática en la medida en que crea las condiciones para un debate horizontal y abierto. Discusión que vamos a continuar la clase próxima con Jenkins.

Semiosis del compartir

Facebook es la red social con más cantidad de usuarios a nivel mundial. Su estrategia se basa en una *economía del don* (el regalo), que impuso masivamente el imperativo de *compartir* en la red. Compartir es una estrategia de adhesión más fuerte que gustar o comentar porque invita a otros amigos a seguir reproduciendo contenidos en la cadena metonímica del agrado. Desde sus orígenes en 2004, en la Universidad de Harvard, siempre el máximo valor de la plataforma fue el compartir. Con todo, más allá de los ideales altruistas de la empresa, Gurevich advierte -siguiendo a J. van Dijck (2013)- que la acción de compartir no es otra cosa que una transacción económica a cambio de datos.

¹³ Para ampliar, pueden leer a Julio César Sal Paz (2013). “Comentario digital: género medular de las prácticas discursivas de la cibercultura”. En *Caracteres: estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 2(2), 152-172.

Visibilidad, mercantilización y sujeto

Como vimos, las modalidades de interacción que revisamos establecen una economía del contacto y las afinidades. El capítulo menciona dos tipos de estrategias en la interacción digital: *push* (empujar) y *pull* (tirar).

Atención: Presten mucha atención porque en este punto hay una errata en la pg. 91 y ss. del libro. En el subtítulo “**Interpelaciones pull (tirar) y push (empujar)**” los términos están correctamente colocados, pero en los párrafos que siguen, se invierten y pueden confundir. Vamos a pasar en limpio, entonces.

Las estrategias conocidas como *push*, en marketing responden a la idea de que la empresa *empuja* el producto hacia los distribuidores y consumidores. Las *pull*, en cambio, *tiran* del consumidor para atraerlo hacia el producto. En las redes sociales, las estrategias push son como llamados a la puerta (escribir en el muro, etiquetar, mencionar, invitar a un evento, enviar solicitudes de amistad, dar un toque, enviar mensajes privados). Se dirigen los contenidos directamente a alguien, al tiempo que se abren a la participación de otros. Y las interpelaciones de tipo barrilete o *pull*, en cambio, lanzan un posteo como un señuelo para atraer los *likes* y comentarios de los usuarios.

Para terminar, en el marco de un proceso histórico de desplazamientos de los espacios de visibilidad pública (de los foros de deliberación política a la televisión, de la televisión a la Red) hoy la visibilidad no es solamente un valor sino una condición de vida en los medios de red. Y el silencio frente a la imagen se traduce como desinterés. Volviendo al comienzo del capítulo, la ansiedad, el sentimiento de soledad provocado por la desconexión es leído por Gurevich desde la perspectiva de la “pesadilla panóptica” que describen Bauman y Lyon (2013)¹⁴. A diferencia de las formas históricas de disciplinamiento y control que describía Foucault (el sujeto se disciplina como si estuviera siendo todo el tiempo observado), actualmente la exposición de la privacidad se traduce en la celebración pueril de la sujeción y la vigilancia: “el miedo a ser observado ha sido vencido por la alegría de ser noticia” (Bauman y Lyon, 2013: 31-32).

¹⁴ Bauman, Sygmont y Lyon, David (2013). *Vigilancia líquida*, Buenos Aires, Paidós, Estado y Sociedad, Buenos Aires.

El sujeto conectado deja huellas de su presencia en línea a través de distintas marcas que dan cuenta de un dispositivo con un enorme poder de control (visibilidad de información no requerida, acuse de lectura de los mensajes privados, última hora de conexión, ubicación, presencia en línea, cercanía de un contacto o un evento, qué amigos asistirán, cumpleaños)¹⁵. De estas informaciones el usuario deduce toda una gramática del interés/desinterés (“está en línea y no responde”, “me clavó el visto”, etc.).

Un apartado especial merecen las notificaciones. Las notificaciones nos hacen volver al espacio digital. Son una forma de vigilancia aceptada. Para Licoppe no son avisos sino interrupciones y corresponden a las mutaciones que han derivado en un capitalismo de datos. Esto explica por qué los nuevos medios compiten por captar el tiempo y la atención de los usuarios: para que nos apliquemos a la tarea de brindar nuestras pepitas de datos, tan valiosas. Las aplicaciones *nunca son gratis*.

La “presencia conectada” da cuenta de un sujeto-red, accesible, amenazado por la desconexión, acuciado por la necesidad de sostener su disponibilidad en el tiempo y urgido por las notificaciones. El empleo de dispositivos celulares -antes restringido a un uso meramente práctico y preciso- se generalizó crecientemente a un uso expresivo y de contacto, basado en interacciones breves, triviales e ininterrumpidas, apoyadas en pequeños íconos afectivos y frases cortas¹⁶. Más aún en la sociedad post-COVID19, donde se convirtió en el articulador de la mayor parte de nuestras transacciones (sociales, afectivas, bancarias, comerciales, laborales, de estudio y así siguiendo).

...

Con esto terminamos por hoy. La próxima clase haremos el cierre retomando géneros discursivos que abordaron en sus comisiones de prácticos. Haremos una puesta en común y abriremos un espacio de consultas. Las lecturas indicadas son:

¹⁵Estas cuestiones las estudió Mora Matassi (2015) en su tesis de licenciatura para la Universidad de San Andrés, “Huellas de la presencia conectada: estudio en recepción de la *última hora de conexión* y la *confirmación de lectura del mensaje* del dispositivo Whatsapp”. Trabajo de licenciatura, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Andrés.

¹⁶ Las aplicaciones de mensajería instantánea perfeccionan de continuo las técnicas de la brevedad, por ej. la función de acelerar los audios de WhatsApp. Da cuenta de la configuración de una sociabilidad urgente.

Ryan, Marie-Laure (2004). "Introducción" a *La narración como realidad virtual. La inmersión y la interactividad en la literatura y en los medios electrónicos*. Barcelona: Paidós.

Gifreu, Arnau (2011), "El documental multimedia interactivo como discurso de la no ficción interactiva. Por una propuesta de definición y categorización del nuevo género emergente". En *Hipertext.net*, 9, 2011.

Jenkins, Henry (2009). "Si no se propaga, está muerto (primera parte): virus de los medios y memes" [http://henryjenkins.org/blog/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p.html].

Los invito entonces el martes próximo a participar de nuestro último encuentro para compartir y comentar sus trabajos prácticos, traer las dudas y consultas que les hayan quedado pendientes.