

Semiótica de los medios II - Teórico 11: 14/6

Prof. María Elena Bitonte

Unidad 4: Introducción a la semiótica de los nuevos medios

Contenidos: Repaso de nociones-clave: Lo virtual, Texto, Red, Hipertexto, Hipermedios, Digitalización, Reticularidad, Hipertextualidad, Multimedialidad, Transmedialidad, Interactividad, Interacción. Convergencia y cultura participativa. Remediación, Inmediatez, hipermediación.

Nueva relación entre actores (socio)individuales, saber e información. Vínculo social e identidad en la semiosis afectiva, factual y normativa. Aceleración del tiempo histórico y las tres dimensiones de la semiosis en la Red.

Lecturas

Verón, Eliseo (2013). “La revolución del acceso”. En *La semiosis social 2. Ideas, momentos, importantes*. Buenos Aires: Paidós. Cap. 20.

Bolter David y Grusin, Peter (2000). “Inmediatez, Hipermediación, Remediación”. En *Cuadernos de Información y Comunicación*, 16. 29-57.

Presentación

En esta unidad del programa vamos a recoger algunas nociones ya conocidas por ustedes, pero esta vez, las vamos a recorrer desde la óptica de la semiótica. Un repaso -incompleto y sumario- de algunas de esas nociones-clave se encuentran desarrolladas en el documento de cátedra “Semiótica de los nuevos medios. Un ayudamemoria” (Bitonte, María Elena. Work in progress, 2022). Se encuentra disponible como complemento de las clases sobre nuevos medios, en nuestra aula virtual y en el Sitio Web de la materia. Sabiendo que ustedes ya tienen un conocimiento previo de dichas nociones, ofrecemos este recurso como ayudamemoria. La bibliografía que está citada en dicho texto no es de lectura obligatoria pero las nociones expuestas sí resultan indispensables para facilitar la comprensión de los contenidos de esta unidad.

La clase de hoy trataremos de deconstruir algunos procesos y conceptos-clave de la mediatización, desde el prisma de la sociosemiótica y la perspectiva semio-antropológica, tratando de evaluar sus alcances para incorporarlos a nuestra caja de herramientas teórico-metodológicas. Siguiendo el enfoque semioantropológico, vamos a introducir la noción de virtualidad y de Red tratando de comprenderlas en el marco de los procesos de hominización y las mutaciones producidas en nuestra cultura contemporánea. Presentaremos, la visión de Eliseo Verón (2013) acerca de los procesos semióticos que se desarrollan en la Red a través del tiempo histórico las transformaciones a las que dio lugar

con relación a los actores sociales y la información, a la configuración de vínculos sociales, y al análisis de la Red en las tres dimensiones de la semiosis. Finalmente, resumiremos la perspectiva histórica y evolutiva de Bolter y Grusin (2000) para observar tres procesos que caracterizan la evolución de los medios de comunicación y de los fenómenos culturales: *inmediatez*, *hipermediación* y *remediación*.

Una aclaración preliminar necesaria. Hablamos de nuevos medios no porque todavía lo sean sino por contraposición a lo que llamamos –con Verón, 2013- medios históricos, lo que nos va a permitir discriminar las condiciones históricas y características semiodiscursivas de cada medio situadas históricamente.

Otra aclaración (provocativa): para Verón Internet no es un nuevo medio. ¿Por qué? Porque, la Red recoge todos los medios anteriores en su seno. En este sentido, podemos definir a Internet como un *metamedio* (Colombo, 1993), es decir, no un medio (dispositivo técnico de comunicación y usos sociales) sino un dispositivo que contiene y difunde a otros medios convergentes, viejos y nuevos (radio, prensa, cine, redes sociales, blogs, etc.)¹. Entonces ¿cuál es la novedad que trae Internet?

Eliseo Verón (1935-2014) tuvo la enorme generosidad intelectual de brindarnos, cuando ya estaba atravesando la dura enfermedad que terminó con su vida, los ejes problemáticos fundamentales de un fenómeno cuyo abordaje no tenía –y no tiene aún- una la tradición de estudios comparable a la de los medios de comunicación históricos. Imaginen el esfuerzo de reformulación, ajuste y articulación de enfoques consolidados, a nuevos objetos que aún están por describirse. La semiótica de los nuevos medios nos impone un desafío enorme frente a un campo que apenas comienza a explorarse, que sin duda, permanece abierto y sobre el que tengo mucho que aprender de todos ustedes.

Lo virtual

Al introducir la tematización de los nuevos medios nos lleva a interrogarnos acerca de la naturaleza de lo virtual. Ante todo debemos esclarecer una confusión que frecuente que opone lo real a lo virtual o lo asimila (“realidad-virtual”). ¿Qué clase de cosa es lo virtual? Según quienes plantearon primero esta cuestión, lo virtual no es un mundo posible ni un mundo existente ni un mundo real. Pierre Lévy (1999, *¿Qué es lo virtual?*) lo define no como un estado sino como un proceso, como una dinámica inversa a la actualización. “En su uso corriente -dice Lévy - el término virtual se suele emplear a menudo para expresar la ausencia pura y simple de existencia, presuponiendo la «realidad» como una realización

¹ 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, Fausto 1993). “La comunicazione sintetica”. En Bettetini, Gianfranco e Colombo, Fausto. *Le nuove tecnologie della comunicazione*. Bompiani Strumenti. Milano.

material, una presencia tangible” (1999: 10). El término virtual proviene del latín *virtus* que significa fuerza, potencia, por lo que toma el sentido de algo que existe en potencia pero no en acto. De ahí que lo virtual no se opone a lo real sino a lo actual. Y lo posible es idéntico a lo real pero sin la existencia. En suma, “Lo real se asemeja a lo posible, por el contrario, lo actual no se parece en nada a lo virtual: le responde” (Lévy, 1999: 10-12).

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.

Al referirse a lo virtual, Gilles Deleuze² va en el mismo sentido, cuando define la noción de ‘estructura’ como una virtualidad:

“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).

La Red Internet permite la *copresencia* de sujetos en espacios diferentes. Testimonios de estas nuevas formas de presencia virtual son las huellas que en las conversaciones de nuestra *vida digital* remiten a escenografías de la conversación presencial: la primera y segunda persona pronominal; marcas que anclan en el presente de la enunciación (huellas de la presencia en línea); modos verbales y visuales interrelativos; signos no verbales, en el límite de lo visual, lo oral y lo escrito; escritura atravesada por lo indicial y lo visual; íconos e inscripciones simbólicas que si las toco se vuelven puntos de fuga hacia otro lugar. Lo virtual es una multiplicidad de copresencias virtuales, “reenvíos indiciales del yo” (Gurevich, 2018: 35)³. ¿Será pertinente entonces, oponer presencial y virtual o real y virtual?

Desde esta perspectiva, el mundo fáctico o presencial y el virtual se vuelven isomórficos, casi equivalentes pero de diversa categoría. La diferencia entre real, existente y posible es

² Gilles Deleuze (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.

³ Gurevich, Ariel (2018). *La vida digital. Intersubjetividad en tiempos de plataformas sociales*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Crujía. Colección Futuribles

lógico-semiótica. La virtualidad es un modo de ser diferente que no encaja en ninguna de las categorías del ser y el conocer formuladas por Peirce:

Categoría	Primeridad	Secundidad	Terceridad	Virtual
Modo de ser/conocer	Posible	Existente	Real	Actual

Dejo planteada la cuestión como un interrogante abierto a una dimensión cuyas características los invito a seguir reflexionando. Vamos a pasar ahora, a analizar esa virtualidad que es la Red Internet, la que, según Eliseo Verón que introduce las operaciones cognitivas de la primeridad, la secundidad y la terceridad en el ciberespacio, a través de la digitalización de los productos mediáticos existentes (2013: 279).

De la industria lítica a la World Wide Web. Aceleración del tiempo histórico

La semiosis social 2 (LSS2) relaciona mediatización y temporalidad. Visto desde la operatoria peirceana –que es desde donde piensa Verón– las tres dimensiones de la semiosis *ya estaban mediatizadas antes* de que exista Internet. Lo que Internet introduce es una mutación de las condiciones de circulación, del acceso de los actores socioindividuales a la discursividad mediática, y esto trae aparejadas modificaciones nunca antes vistas desde el punto de vista de la *aceleración* del tiempo histórico. De hecho, según Verón, de las 3 W de *World Wide Web*, las que importan son las dos primeras, es decir, el alcance planetario de esta Red y no la red en sí (que es el nombre que le damos a cualquier texto e incluso, a la semiosis toda). Internet permitió el archivo más grande de textos, cuya dimensión infinita sólo pudo imaginar Borges en “La biblioteca de Babel”, y con un alcance nunca antes registrado en **expansión, velocidad y acceso**.

Pueden ver el desarrollo de estos temas por el propio Verón, en una de sus últimas conferencias, de 2012⁴. Advierte en su exposición, la necesidad de situar el fenómeno de Internet en una perspectiva histórica para poder discriminar continuidades y discontinuidades y no caer en generalizaciones aventuradas como las que suponen *cambios totales, rupturas radicales o novedades absolutas*. Verón llama la atención acerca de que siendo los dispositivos técnicos de la comunicación factores principales de transformación social, las ciencias sociales (la economía, la sociología, la antropología, etc.), no estudiaron el fenómeno, lo que explicaría, según su juicio, la *nueva moda* de estudios sobre mediatización, como como si fuera algo completamente reciente.

⁴ Jornadas *Mediatizaciones en Foco*. Facultad de Ciencia Política y RR.II UNR (fragmento disponible en <http://youtu.be/A1VId3fTyOg>). Allí sintetiza el prólogo al libro de Carlón, Mario y Neto, Fausto (comp.) (2012). *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía.

Estas nuevas conceptualizaciones se encuentran desarrolladas en la obra cumbre de Verón, donde relee toda su producción y referentes principales, desde que en 1988, El Mamífero Parlante de Gedisa publica su tesis doctoral, *La semiosis social*, hasta que el mamífero parlante se convierte en protagonista de su último libro, *La semiosis social 2*⁵. Este vuelve a los orígenes con la pregunta fundacional de la semiótica peirceana, ¿cómo conoce el hombre?, cuya respuesta es (en ambos autores) a través de la semiosis. De este libro vamos a presentar hoy el cap. 20 de LSS2, “La revolución del acceso”.

Vamos a situar la Revolución digital en el marco de dos cortes históricos, que ustedes ya estudiaron en teóricos anteriores: si tomamos un período **corto** en la larga historia de la mediatización, las primeras teorizaciones de Verón coinciden con las de Hjarvard (2016)⁶ en ubicar un lapso que se inaugura con la institucionalización de los medios masivos en la segunda mitad del s.XIX, hasta la actualidad. En esta etapa se puede observar cómo el funcionamiento de las sociedades se fue modificado con institucionalización creciente de los medios masivos. Pensemos en la emergencia de una cantidad sin precedentes de nuevos medios en pocas décadas: prensa gráfica, fotografía, cine, grabación, radio, televisión. Pero la mediatización como proceso antropológico es muchísimo más **larga**, puede llegar a tener entre uno y dos millones y medio de años, aproximadamente. Este tracto largo es estudiado en Verón 2013, LSS2 y en 2015 [2014], “La mediatización. Un concepto semio-antropológico” donde, como ustedes estudiaron, la mediatización se define como la secuencia histórica de los fenómenos mediáticos a través del tiempo. La mediatización es un proceso constitutivo del sapiens, resultado operacional de esa dimensión fundamental de nuestra especie biológica, que es la capacidad de semiosis (Verón, 2015 [2014]: 174). Desde estos fundamentos, la mediatización es la materialización de los procesos cognitivos del sapiens en las tres dimensiones de la semiosis, la primeridad, la secundidad y la terceridad. La emergencia de la semiosis es, por lo tanto, muy antigua y surge, según Verón, con el reconocimiento del primer útil de piedra limada, como *signo* y no como instrumento. Este proceso condujo al primer progreso cognitivo fundamental en la historia de la mediatización, antecedente de la aparición del lenguaje y precursor de la invención de la escritura (la materialización del mensaje en soportes perdurables). En el marco de esta periodización recuerden dos siguientes nociones que ya estudiaron en el teórico sobre mediatización con la Prof. Rocha:

Fenómeno mediático: “Materialización dotada de autonomía y persistencia de procesos mentales” (Verón, 2013: 176). Un fenómeno mediático es la exteriorización de los procesos cognitivos del sapiens, a través de un dispositivo. Esta operatoria supone la transferencia de las tres dimensiones de producción de sentido a soportes materiales autónomos respecto del

⁵ La formación de Verón en antropología viene de su paso por el Laboratorio de Antropología Social dirigido por Lévi-Strauss en el Collège de France. Verón fue quien tradujo la primera edición castellana de su *Antropología estructural*, en 1968.

⁶ 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.

cuerpo significativo y persistentes en el tiempo, proceso que se inscribe en lo que denominamos *mediatización*⁷.

Mediatización: es la secuencia histórica de los fenómenos mediáticos a través del tiempo. Se trata de un proceso constitutivo del sapiens, resultado de la evolución antropológica.

Desde la perspectiva semioantropológica larga, se puede constatar que cada vez que surge una nueva tecnología de la comunicación se produce una *aceleración* del tiempo histórico, tal como sucedió con la industria lítica, la escritura, la imprenta, Internet. La primera aceleración se registra con la aparición de los primeros útiles de piedra, a los que Verón considera el primer fenómeno mediático de la historia de la humanidad, es decir de la primera materialización de los procesos mentales del sapiens, dotada de autonomía y persistencia. La segunda con la invención de la escritura (6 o 7 mil años antes de nuestra era) y la tercera, con Internet. Esto produce transformaciones sociales. Desde la perspectiva del tracto corto, con la invención de la imprenta en el s. XVI, se pasa del acceso a la información y el conocimiento *individual* (elitista) a un acceso crecientemente *masivo* que se consolida, a fines del S.XX, cuando se institucionalizan los medios masivos, y el consumo pasa a ser de masas. En la tercera etapa de la televisión (fin del S.XX- S.XXI) como lo habrán leído en Verón (2013, “Seguimos en contacto”), el consumo no es ya ni individual ni masivo sino *individualizado*⁸. Y con la expansión de Internet surge lo que en el prólogo al libro de Carlón y Neto (2012), Verón define como

⁷ El primer fenómeno mediático del que tengamos registro antropológico son los primeros **útiles de piedra** que datan de la Edad de piedra. Responden a una cadena operatoria de producción, uso y reproducción, esto es, la fabricación de un modelo imitable o estereotipo, la relación cara-mano-objeto, y la estabilización del uso regulado). Es por eso que Verón sostiene que este es el “**primer Interpretante** de la historia del que tengamos una prueba material” (Verón, 2013: 176). Porque por primera vez un instrumento es reconocido como signo.

⁸ Recordemos la definición del Interpretante de Verón (2013, “Seguimos en contacto”) para la 3ª etapa de la TV, que tiene la impronta de la Teoría de los Sistemas Complejos de Luhman, donde no hay lo individual separado de lo social sino la paradoja de que lo uno es entorno del otro (y viceversa). El interpretante de la etapa actual de la televisión se da como “una configuración compleja de *colectivos definidos como exteriores a la institución televisión y atribuidos al mundo no mediatizado del destinatario*” (Verón, Eliseo, 2013 a: 269). En una publicación anterior (Verón, 2003. “Televisión y Política: Historia de la Televisión y Campañas Presidenciales”. Disponible en: <http://semiotica2a.sociales.uba.ar/contenidos-adicionales/biblioteca-digital/>) explicitaba el término “individual”: “configuración compleja de **colectivos** definidos como exteriores a la institución televisión y atribuidos al mundo **individual**, no mediatizado del **destinatario**” (Verón: 2003, 38). Una cuestión no menor planteada en *La semiosis social 2* son las nuevas condiciones de construcción de los colectivos sociales y el recentramiento del individuo, donde la noción de *individuo* es concebida como *sistema socio-individual*. La complejidad de esta fórmula reside en la imposibilidad de oponer lo individual a lo colectivo ni lo interior a lo exterior. Lo cual nos lleva a una redefinición radical de las nociones de sujeto y entorno en los medios digitales. Para ampliar,

“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).

La noción de Red

La primera materialización de la metáfora de la red (con minúscula) Verón la registra en el cerebro definido como una red neuronal, después esta imagen reaparece para nombrar las vías de transporte en la 2da Revolución Industrial, luego la noción se extiende a las organizaciones naturales y sociales, y finalmente, la encontramos en la World Wide Web. La especificidad de esta metáfora, como anticipamos, está dada en las dos primeras W, es decir, en el alcance de escala global (Verón, 2013: 278).

La noción de red como trayectorias de sentido nos lleva a la noción de *hipertexto*, que tiene una larga tradición en los estudios semiológicos anteriores a Internet. La hipertextualidad no es un fenómeno nuevo, es una invariante de la dinámica histórica de los textos desde el surgimiento de la escritura (Verón, 2013: 279). Verón ofrece una definición algo laxa del término (“configuración de trayectorias”), por lo que asimila a la noción de hipertexto intertextualidad. Nosotros vamos a establecer la diferencia, que nos parece significativa, para distinguir *intertextualidad* (textos que remiten a otros textos por cita, plagio o alusión) de *hipertextualidad* (textos que se producen sobre la base de otros, como los palimpsestos en las artes plásticas y la literatura (El quijote de Cervantes, el Ulises de Joice), las parodias, los memes de Internet, las interfaces digitales). Dicho esto ¿cómo se desarrolla la semiosis en la Red?

Las tres dimensiones semióticas en la Red

Como todos saben, desde la analítica ternaria, los procesos mediáticos desarrollan operaciones de tres tipos: de Primeridad, esto es, la **posibilidad** de que algo ocurra o aparezca (de ahí que en entornos digitales se asocian a acciones de búsqueda); de Secundidad, que implican una **relación** fáctica con un **existente** (por eso se asocian a la obtención de información y datos empíricos) y las de Terceridad, que están reguladas por **hábitos**, convenciones, leyes que se manifiestan en procedimientos y normas de cada entorno y plataformas digitales. Como adelantamos, estas tres dimensiones ya estaban mediatizadas antes de Internet. La tesis de Verón es que la Red posibilitó la exteriorización de las operaciones cognitivas de la primeridad, secundidad y terceridad a través de la digitalización

ver Luhmann, Niklas (1998 [1984]). *Sistemas sociales: lineamientos para una teoría general*. Barcelona: Anthropos.

de los productos discursivos mediáticos. Por lo tanto, la novedad de Internet no es la operatoria (que siempre se desarrolló según estas tres dimensiones) sino *las condiciones del acceso de los actores individuales (“sistemas socioindividuales”) a los fenómenos mediáticos* (Verón, 2013: 281).

Ahora bien ¿cómo se despliegan las tres dimensiones de producción de sentido en la Red? En el uso de la Red, las tres dimensiones ya se encuentran estabilizadas y se las puede distinguir perfectamente:

“En cuanto a la estabilización de los usos de la Red, las tres dimensiones de la semiosis están ya plenamente activadas. Podemos identificar como perteneciendo a la dimensión de la primeridad todos los usos de “búsqueda”, es decir, la navegación a través de lo que sería, al límite, la totalidad de los contenidos de la cultura humana, que a su vez pueden ser predominantemente primeros (búsqueda de una experiencia estética musical, visual o literaria, por ejemplo), segundos (búsqueda de una información factual, de un “dato”) o terceros (búsqueda de principios normativos aplicables a comportamientos, como una receta de cocina o el itinerario urbano que necesito recorrer para llegar a un determinado lugar). En los usos “relacionales”, que se configuran en las llamadas “redes sociales”, predomina la dimensión de la secundariedad, esto es, el contacto, la reacción, la contigüidad metonímica de las relaciones interpersonales. Y está, en fin, la terceridad de la aplicación de normas específicas destinadas a producir un cierto resultado (como por ejemplo, las múltiples operaciones bancarias, que han sido todas virtualizadas o las transacciones comerciales)” (Verón, 2013:280).

Complejidad y transformaciones ligadas a Internet

Viendo esta operatoria en la historia de la mediatización, lo que le interesa a Verón es el cambio “en las condiciones de acceso de los actores individuales a la discursividad mediática, es decir, los cambios en las **condiciones de circulación**” (Verón, 2013: 281). Uno de esos cambios es “la transformación de los mecanismos de creación de valor en el mercado de medios, por caso, la crisis de la prensa escrita y la crisis del modelo de *broadcasting* de medios audiovisuales (Verón, 2013: 181). Esto es algo de lo que ya habrán tomado nota ustedes, cuando leyeron en otro capítulo de LSS2, “¿Seguimos en contacto?”: “A partir del momento en que el receptor pasa a controlar las condiciones espaciotemporales de sus comportamientos de consumo de productos audiovisuales, que es lo que la Red y el protocolo Internet han hecho posible, el negocio de la televisión histórica deja de ser viable” (Verón, 2013: 266). Esto significa que lo que *la revolución del acceso* no es una mutación en el nivel de las operaciones semio-conginivas (en términos de Peirce, *del ser y el conocer*), que atañen

al funcionamiento del aparato cognitivo del sapiens⁹- sino en otro tipo de transformaciones *cruciales* relativas a: a) *la relación de los actores sociales con el saber y la información*, b) el vínculo con el Otro, es decir, la construcción del *vínculo social, en las tres dimensiones de la semiosis: afectiva, factual y normativa* y c) el vínculo y la construcción de la identidad de los actores sociales con respecto a las Instituciones (2013: 281). Estas consideraciones sitúan la discusión en términos eminentemente **políticos**: “Esas son –dice Verón- las tres dimensiones de Internet y el Interpretante es necesariamente político” (2013: 282). ¿Por qué? Porque a partir de la Red, por primera vez, el usuario toma control sobre la producción de contenidos que van a circular en el ciberespacio y el control sobre el pasaje de lo público a lo privado (piensen por ejemplo, en el teletrabajo, las clases virtuales y la posibilidad de transformar nuestros espacios privados en públicos y viceversa). Todo esto anticipa que el nuevo gran desafío son los procesos de circulación.

En esta dirección, Verón trae a cuento un libro de Robin Mansell, especialista en nuevos medios e Internet, quien hace dos apreciaciones políticas claves. La primera se vincula a cuánto la Red perturbó el mercado tradicional de medios y la otra, a los procesos que se dan de uno y otro lado de la interfaz. En este punto, Mansell distingue lo que sucede “detrás” y “frente a la pantalla”. Detrás de la pantalla hay un mundo invisible y desconocido para el internauta ya que se trata de procesos de producción extremadamente complejos operados por especialistas altamente capacitados. Las condiciones del “detrás de pantalla” se explican por una doble paradoja o contradicción que entraña la sociedad de la información, relacionada con la escasez y la complejidad. La “paradoja de la escasez de información” plantea que mientras los costos para producir información son altos, los costos para reproducirla son bajos o nulos. De ahí la tensión entre las posiciones polarizadas que reclaman unos, la libre circulación de contenidos en Internet y otros, los derechos de autor. Por el otro lado, la “paradoja de la complejidad” opone los beneficios de la autonomización de los sistemas, cada vez más inteligentes y autoorganizantes, a la pérdida del control humano sobre dichos procesos. Estas contradicciones forman parte de las condiciones de producción de la Red y se las puede analizar observando cómo se articulan con las posiciones de producción y reconocimiento y con las tres dimensiones de la semiosis.

Así, las acciones de *búsqueda* (en reconocimiento) se articulan con la producción de contenidos (en producción). Verón parte de que la producción de escasez es la base del capitalismo moderno. Lo que le interesa en este punto a Verón son los discursos en tanto

⁹ Tal como han podido leer en “El cuerpo reencontrado”, los tres órdenes de producción de sentido “son aquellos a través de los cuales se despliega la semiosis entera” (Verón, 1993 [1988]: 148). De esta manera, en el desarrollo del sujeto se da primero por contacto indicial con el cuerpo materno, luego por lo icónico (la imagen y la mirada) y finalmente a través de lo simbólico (estructurante del yo a través del lenguaje y la cultura). Y en el desarrollo de los medios masivos, aunque se da en un orden inverso al de la ontogénesis humana, las tres dimensiones están ahí: primero surge el orden simbólico como dominante en la prensa escrita, después el orden icónico, con el cine y la fotografía y finalmente, del orden indicial del contacto en la radio y la televisión.

productos. Del lado del reconocimiento, una operatoria de primeridad, como la búsqueda, plantea el acceso de los actores al conocimiento y la cultura. La producción de escasez se hace visible en la oferta de contenidos primeros (visuales, estéticos, musicales, literarios), segundos (información, datos) y terceros (instrucciones, rutinas, procedimientos para alcanzar objetivos). Como pueden ver, esta operatoria se organiza de un modo "fractal", como lo hace todo el sistema semiótico de Peirce, donde cada vez que uno abre un nudo vuelve a encontrar nuevos lazos ternarios que componen una red y así de manera infinita. Ahora bien, se nos plantea una pregunta nodal: ¿cómo es el modelo de negocios del mercado de medios de Red? ¿quién paga los costos de la producción?¹⁰. De acuerdo con Verón (2013), Internet replantea un antiguo problema que tuvo diferentes desenlaces históricos: en la Modernidad, la producción de conocimiento era concebida como un bien público, por lo que la difusión, la enseñanza, la transferencia tecnológica no respondían a una lógica meramente mercantil. Pero en la actualidad, sí. Y el acceso público al saber y la información no sólo son resultado de una oferta *rigurosamente dosificada por las instituciones mediáticas* sino principalmente, de la demanda vehiculizada en las trayectorias de navegación de los “consumidores”. Para cerrar este tema, piensen ustedes desde el punto de vista evolutivo de los medios, en la transformación del código a la enciclopedia, y de esta a un medio Wiki. Verón toma el caso paradigmático de Wikipedia, medio que expresa la ideología de consumo libre. La enciclopedia -dice Verón- es “un dispositivo comercial de creación de valor con los contenidos de la ciencia en un proceso de construcción cooperativa que rechaza la lógica comercial” (LSS2: 285). Como todos sabemos, existen enciclopedias digitales pagas, como la Encarta, y otras libres, editadas de forma colaborativa y administradas por organizaciones sin fines de lucro, como Wikipedia. Pero, atención, incluso en este caso, se trata de un género-producto que para sostenerse en muchas ocasiones demanda la colaboración voluntaria.



¹⁰ Este problema, que apenas legó a ser esbozado por Verón, pueden verlo desarrollado en otros autores, por ej. José van Dijk (2013). *La cultura de la conectividad, Una historia crítica de las redes sociales*. Oxford University Press. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.

Con respecto a la complejidad creciente de los sistemas de info-comunicación, “frente a la pantalla” está el mundo del usuario, la población de internautas que reproducen -no producen- información a costos bajos. “Detrás de la pantalla” está el mundo de las corporaciones, las agencias gubernamentales y ONGs, que disputan sus liderazgos, buscan controlar y posicionarse en el mercado. Es un universo de actores colectivos que, en producción someten a los usuarios a escrutinio permanente e intentan captar colectivos según sus objetivos ideológicos, profesionales, políticos y comerciales. No obstante y pese a todo, “en la historia de la mediatización, semejante situación no es nueva. Salvo que la libertad de elección y de iniciativa no han sido nunca, en reconocimiento, tan grandes, y que los receptores tienen en sus manos, por primera vez, los dispositivos técnicos para ejercitarlas” (Verón, 2013: 287).

Por último, el fenómeno de la complejidad alimentó la fantasía de muchas narrativas de ciencia ficción relativas a la toma de control sobre los hombres por parte de las máquinas de inteligencia artificial, por ejemplo, *2001, odisea del espacio* (Stanley Kubrick, 1968). Tranquilizadamente, Verón nos anticipa que si nos ceñimos a Peirce, las operaciones cognitivas en sus tres dimensiones son irreproducibles por las computadoras.

Hecho este primer acercamiento semio-antropológico a la mediatización, vamos a continuar ahora con la perspectiva histórica y evolutiva, a través de algunas nociones-clave relativas a los nuevos medios, propuestas por Bolter David y Peter Grusin, referentes reconocidos en la materia.

...

Inmediatez, Hipermediación, Remediación

El capítulo que vamos a desarrollar a continuación es de un libro escrito a mano por David Bolter y Peter Grusin (2000), *Remediation. Understanding New Media* (inédito en español). La manufactura artesanal del libro nos pone, de entrada, el foco en la materialidad técnica y en la incorporación de tecnologías anteriores en un nuevo medio. El enfoque de estos autores es la Genealogía de medios, encuadre que el autor inscribe en dos corrientes: los Estudios Culturales y la Genealogía de Michel Foucault. Desde esta concepción la genealogía de los medios se define como proceso *antropotrópico*, es decir, de recuperación de formas perdidas en las nuevas representaciones que la tecnología crea. Desde esta aproximación, el objeto de estudio es la evolución de los medios de comunicación, más precisamente, la filiación histórica de los fenómenos culturales. Tres son las categorías analíticas que permiten comprender este proceso: *inmediatez*, *hipermediación* y *remediación*. En su conjunto, dan cuenta de cómo los cambios tecnológicos inciden en los procesos culturales.

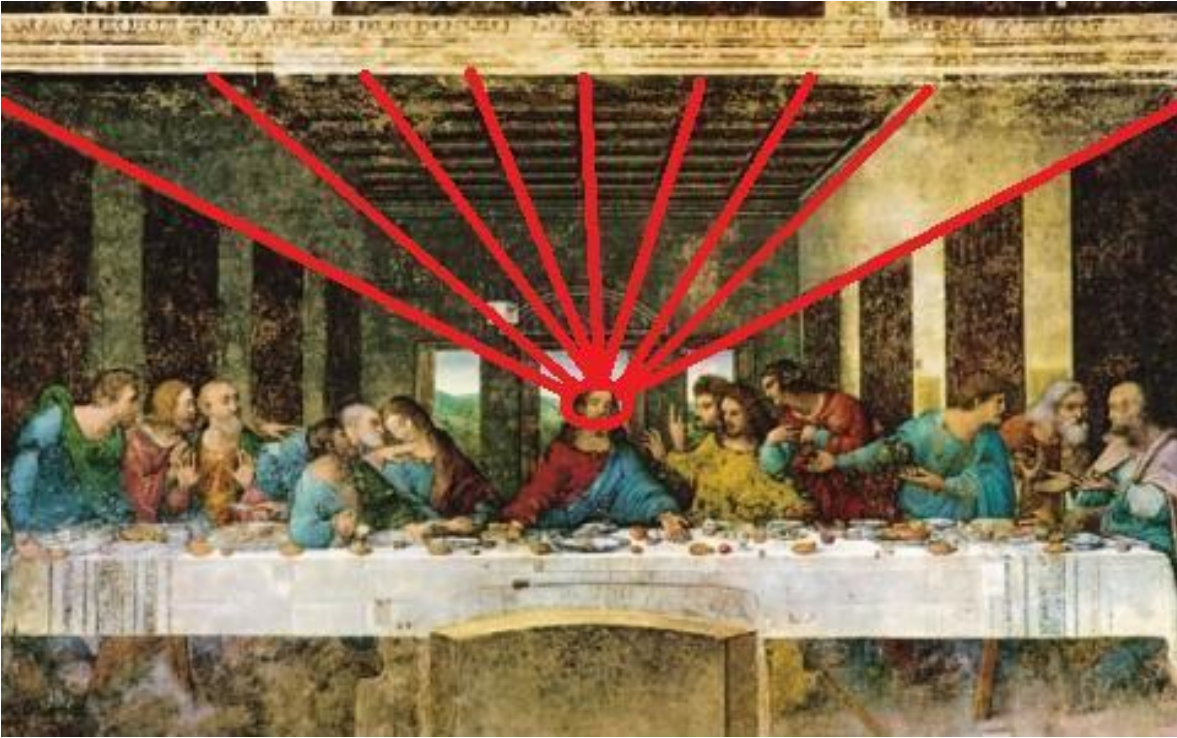
El concepto central de esta tríada es el de re-mediación. Resalto la escisión para destacar la idea de una lógica mediante la cual los nuevos medios dan nueva forma a los medios

anteriores¹¹. Bolter acuña el concepto de *remediación*, término que refiere a un proceso evolutivo y creativo, y se interesa especialmente en las nuevas interfaces digitales. Él mismo desarrolló una herramienta de escritura en hipertexto, llamada Storyspace, donde se han publicado diversas obras.

La lógica de la remediación convive con **la lógica de la in-mediatez**. Nuevamente, destaco la escisión porque se trata de una lógica que pretende ocultar la mediación. Desde la perspectiva lineal pre-renacentista hasta los nuevos medios, se busca ocultar la mediación para crear un efecto de transparencia. “La realidad virtual es inmersiva, es decir, es un medio cuyo propósito es desaparecer” (Bolter y Grusin, 2000: 30). El espectador (con visión en primera persona) debe olvidar la interfaz digital. La lógica de la inmediatez produce opacidad para que esto suceda. Está impulsada por un deseo de transparencia o “naturalidad”, efecto que se ha vuelto extremadamente lucrativo. Un ejemplo de esta cualidad es la metáfora del escritorio, que vamos a retomar la próxima clase con Carlos Scolari. La articulación entre la interfaz textual en pantalla, por un lado y el teclado operado por un usuario, por otro, se diseñó procurando asimilar el ordenador a un escritorio físico con sus enseres típicos: el lápiz ligado al mouse, hojas de papel, archivos, cesto de papeles y demás ideogramas. Una “interfaz ‘sin faz’ donde el usuario interactúa con los objetos, como lo hace en el mundo físico (fíjense que la oposición no es virtual-real sino virtual-físico).

Según este análisis, los medios anteriores a Internet perseguían la inmediatez mediante estrategias que se usan también hoy en los productos digitales: la **perspectiva lineal** o perspectivismo cartesiano, que permite al sujeto controlar el espacio desde un punto de vista único y privilegiado, el **borrado** (creación de un espacio continuo con el espectador que simula que la interfaz no está) y el **automatismo**, es decir la automatización la técnica de representación. Por ejemplo, la cámara oscura, con su mecanismo óptico y la fotografía, con su mecanismo mecánico y químico (cuando se abre el obturador, la luz pasa a través de la lente y se fija la imagen en la película). En este sentido, el teórico del cine francés, André Bazin (1918-1958) sostenía que la fotografía y el cine satisficieron la obsesión de nuestra cultura, por el realismo.

¹¹ Hay que tener en cuenta el modo laxo en que Bolter y Grusin designan a los medios. En su miscelánea (realidad virtual, pinturas, imprenta, libros, periódicos, fotografía, cine, televisión, enciclopedia, CD ROM, DVD, etc.) por momentos se pierde de vista la diferencia entre medio y soporte. Conviene en este punto, tener en claro la categorización que realizan Stig Hjarvard (2016, *Mediatización: La lógica mediática de las dinámicas cambiantes de la interacción social*) y Eliseo Verón (2004, “Prensa gráfica y teoría de los discursos sociales”) y que estudiaron con Amparo Rocha.



La última cena, Leonardo Da Vinci, Santa María delle Grazie (S. XV).
Ilusión de profundidad en una superficie plana.

La fotografía y las imágenes digitales, de una forma u otra, producen inmediatez eliminando al sujeto agente. En la fotografía digital la borradura del actor humano se produce algorítmicamente. El resultado es que no es posible diferenciar una imagen digital de una química. Este mismo efecto también puede producirse seleccionando imágenes verosímiles (no distorsionadas ni atípicas) que produzcan un efecto de real o implicando al espectador en la imagen. Esto se emparenta con la noción de “punctum” acuñada por Roland Barthes (1981) en *La Cámara lúcida* es ese punto de la fotografía que parece volverse inmediato para el espectador y “punza”¹². Este efecto también remite a lo que Christian Metz (1977, *Le signifiant imaginaire, psychanalyse et cinéma*) teorizó para el cine, cuando describe el aparato cinematográfico como un elemento técnico que sume al espectador en un estado hipnótico de inmediatez. Bolter y Grusin afirman que para comprender la inmediatez de los medios digitales, es importante entender que los usuarios de Internet, tanto como las audiencias del cine y la televisión *populares*, tienen como objetivo la representación inmediata de lo real y que los avances tecnológicos se dirigen a ese fin. Continuemos con la lógica de la hipermediación.

La hiper-mediación (del gr. hiper = super, más allá de) es el estilo de producción visual en una estructura de “ventanas”, que permite trascender el texto, como se puede ver en las

¹² En términos de Verón, diríamos que conjugan lo icónico y lo indicial, es decir, la imagen contiene un punto que desencadena una relación metonímica entre el espectador y la fotografía.

páginas Web, en la interfaz del escritorio, en los videojuegos y en cualquier otro producto multimedia. Se caracteriza por la fragmentación, la heterogeneidad de los materiales (combina imágenes, sonido, texto escrito, animación, vídeo) y la diversidad de los puntos de vista, ya que en la interfaz cada ventana tiene su propio punto de vista visual. Esta configuración expone de manera autorreferencial la mediación técnica del proceso de producción, por lo tanto está en las antípodas de la lógica de la inmediatez. Esta interfaz es *interactiva*, el usuario debe activarla “haciendo clics” (para decirlo como Scolaris) seleccionando y ejecutando los distintos elementos del menú. Dicha operatoria estorba la transparencia al generar un espacio evidentemente mediado. Vista así, los procedimientos de hipermediación digital contrarían la lógica de la inmediatez (dominante en la cultura occidental) recreando antiguas técnicas de evidencialización del arte Barroco y Flamenco. Ejemplos de esto son el altar de estilo flamenco de Arnt von Kalker (circa 1669, Museo de Arte Medieval de Paris) que muestra escenas de la Pasión de Cristo pintadas tanto en el interior como en el exterior, También, *Las Meninas* de Diego Velázquez (1656, Museo del Prado).



También los periódicos y revistas imitan los procedimientos hipermediados en su estilo gráfico y los noticieros televisivos adoptan recursos propios de las pantallas digitales.



La hipermediación puede darse a través de diferentes técnicas, como el franquiscopio, que buscaba dar una impresión realista de movimiento. Pero desde los dispositivos mecánicos primitivos de imagen en movimiento hasta las técnicas de el fotomontaje y el *fotoshop* del fotorrealismo y realismo fílmico del el siglo XX, pasando por los procedimientos de desautomatización de la percepción del período Barroco, siempre se ha cuestionado la pretensión de transparencia e inmediatez. Dicho esto, volvemos a la lógica de la remediación.

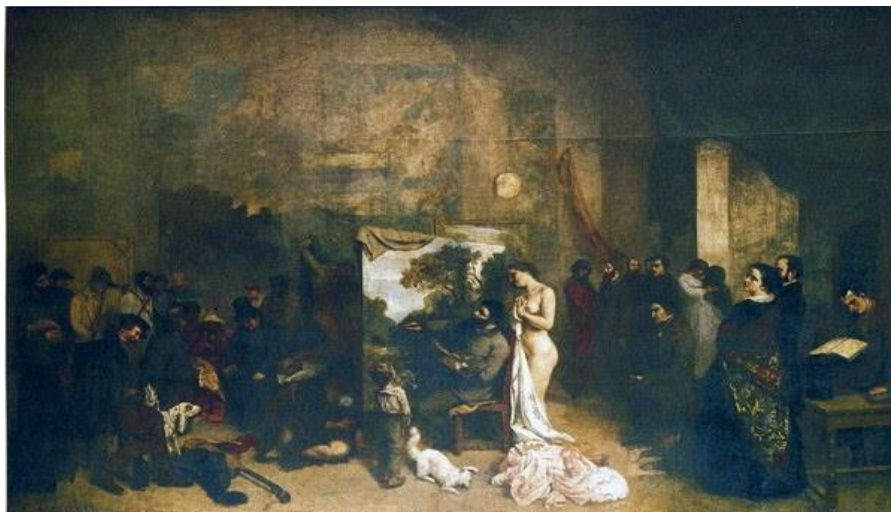


La lógica de la remediación puede verse en el cine de Hollywoodense de la primera mitad de los '90. En ese período, que ustedes estudiaron con Metz, Hollywood produjo

numerosas versiones de novelas clásicas¹³ cuya recreación cuidó mucho los aspectos de ambientación, vestuario y localizaciones de los textos originales. Pero asombrosamente – salvo en los créditos- los filmes no contenían ninguna referencia explícita a las fuentes, lo que a juicio de Bolter y Grusin es un recurso para no romper la ilusión de inmediatez. Esos “préstamos” suponen tomar algo de un medio (el libro) y reutilizarlo en otro (el cine).

Bolter y Grusin se remontan a la idea de Marshall McLuhan (1964, *La comprensión de los medios*) de que *el medio es el mensaje*, resaltando la importancia del aspecto material y técnico. De este enfoque resulta, por ejemplo, que el lenguaje oral está contenido en el medio escrito, la escritura manual y el telégrafo en el medio de prensa y así. De este modo llegan a la concepción de la *remediación* como “la representación de un medio en otro medio”.

Tres conclusiones principales surgen de esta aproximación. Una es que los nuevos medios remedian a los precedentes, pudiendo modernizarlos, mantener su apariencia antigua o absorberlos totalmente, casi sin dejar rastros. Así, el cine absorbe la tecnología digital (caso paradigmático, *Toy Story*, basada en técnicas inmediatez a través de la animación), la prensa digital a la prensa escrita, los tutoriales de YouTube a los cursos presenciales, el mail a la carta, la realidad virtual remedia a la televisión y al cine mediante la estrategia de la *incorporación*, una película toma escenas prestadas de otra anterior, una pintura incorpora a otra como en *Las meninas* de Velázquez o el *El atelier del pintor* (Courbet, 1855) o, como vieron algunos de ustedes, que están trabajando en su comisión de Trabajos Prácticos con el documental multimedia interactivo, las plataformas digitales absorben el género documental.



El atelier (Courbet, 1855).

¹³ Mujercitas, May Alcott, 1868 - Gillian Armstrong, 1994; Sensatez y sentimiento, Jane Austen, 1811 - Ang Lee, 1996; Sueño de una noche de verano, Shakespeare, 1605 - Michael Hoffman, 1999; etc.

La segunda conclusión es que el mayor objetivo de los procedimientos técnicos, efectos especiales y animación es alcanzar la transparencia (como una ventana abierta a la realidad, para decirlo en términos de Umberto Eco)¹⁴. Esto vamos a retomarlo la próxima clase cuando analicemos las características de la interfaz de la mano de Carlos Scolari.

Y la tercera conclusión expresa la idea de que un medio se in-corpora en otros medios y para estos investigadores esta es *una característica definitoria de los nuevos medios digitales*.

Finalmente, si uno quisiera terminar de entender esta lógica de remediación y sus distintas formas, convendría tener en cuenta la referencia que estos autores hacen a la obra de Harold Bloom (1977, *La angustia de las influencias*). Esto permitiría tipificar qué tipo de influencia se da en cada caso pero no está desarrollado en el artículo y nosotros tampoco lo vamos a hacer.

Para la clase próxima, vamos a describir las características de las interfaces digitales y el tipo de interacción que producen. Las lecturas son Gurevich, Ariel (2018). “Ansiedad”. En *La vida digital. Intersubjetividad en tiempos de plataformas sociales*. Cap.3. y Scolari, Carlos (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. (Selección).

¹⁴ Un interesante artículo de Lev Manovich que expone la hipótesis de que las imágenes digitales del cine y los medios digitales están absorbiendo rápidamente la animación cinematográfica tradicional (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).