

## Semiótica de los nuevos medios. Un ayudamemoria

María Elena Bitonte (Work in progress, 2024). Documento de cátedra. Semiótica de los medios II.

Cátedra

Rocha-Alonso

[https://drive.google.com/drive/u/0/folders/162VBWku06NeXHtAoGK2AmLz8\\_7-7jkZf](https://drive.google.com/drive/u/0/folders/162VBWku06NeXHtAoGK2AmLz8_7-7jkZf)

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 Semiótica de los nuevos medios. Sabiendo que los cursantes ya estudiaron previamente las nociones que aquí se exponen, ofrecemos este recurso como ayudamemoria. Las entradas conceptuales están presentadas por núcleos temáticos antes que alfabéticamente.

- **Broadcasting, Networking, Postbroadcasting**

- **Broadcasting:** Contenidos producidos, programados y empaquetados por conglomerados mediáticos y transmitidos por canales lineales, de arriba abajo, de uno a muchos. Jenkins lo denominó “Tiranía de los medios de comunicación de masas” (2006: 243). Este modelo unidireccional se expresa en estrategias asincrónicas propias de los medios masivos históricos (taquilla, ventas, rating, cartas de lectores, llamados telefónicos a las radios y programas de TV, entre otras). En el sistema de Broadcasting importa más la indeterminación que la cantidad de los receptores. Esta brecha entre producción y reconocimiento justificó, según Fernández, la aplicación del modelo Verón, de la *distancia o desfase* entre producción y reconocimiento y resultó un obstáculo para el estudio de la circulación (Fernández, 2021: 64).
- **Networking:** Caleidoscopio. Flujo de contenidos hechos por usuarios de abajo arriba. Altera el modelo de producción cultural y de mercado anterior. En el networking el actor social/usuario puede producir, consumir e interactuar inmediatamente en las plataformas (Fernández, 2021: 64). Ej. Wikipedia: enciclopedia gratuita cuyos contenidos son producidos y controlado por voluntarios.
- **Postbroadcasting:** Fernández (2021) lo define como “el gran ecosistema de la mediatización actual, ni los medios masivos en retroceso tienden a morir, ni todo parece ser intercambios en red” (64-65). Los medios más antiguos y sus géneros incorporan recursos virtuales de las nuevas plataformas e inversamente, estas integran productos del broadcasting, como shows, recitales que reenvían a espacios en vivo o cara a cara (Fernández, 2013: 64-65). Importa destacar que “cuando se estudien fenómenos de mediatización masiva en las plataformas, se los enfocará como casos de

networking, aunque se trate de una serie televisiva capturada a través de YouTube” (Fernández, 2021). 67.

- **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 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).

**Espacios mentales:** concepto formulado originalmente por Gilles Fauconnier (1984) y desarrollado por Verón (2002, Efectos de agenda II). Viene a reemplazar la idea de *representación mental* y alude a una configuración dinámica de trayectorias semióticas a partir de las cuales se conocen y ordenan los fenómenos sociales. Los “espacios mentales” son los espacios semiotizados que transita el sujeto y pueden ser pensados como trayectorias tanto *off* como *on line*. Se trata de redes discursivas que construyen mundos posibles, configurados según los tres registros de la operatoria peirceana (operaciones de primeridad, relativas a estados cualitativos, emocionales y afectivos; segundas, que implican procesos y relatos, y terceras, relativas a reglas). El modo en que el mundo adquiere sentido para el sujeto siempre se organiza en tres categorías: sentimientos, experiencias y reglas. La dinámica de la semiosis produce desplazamientos entre espacios y consecuentes problemas de escala. Los desplazamientos de uno a otro espacio mental producen mutaciones que pueden describirse como *cambios* y *rupturas* de escala. Las alteraciones del orden simbólico (el uso de la cursiva, la masificación de la prensa) son fenómenos de *cambios* de escala. En cambio las alteraciones del orden icónico e indicial (que alteran estados cualitativo-afectivos y procesos-relatos) son fenómenos de *ruptura* de escala. Por eso es importante contextualizar la revolución de Internet en el contexto de este tipo de mutaciones.

Dado que las diferencias entre cambio y ruptura de escala dependen de los contextos y a veces son difíciles de discernir, algunos autores las mencionan simplemente como *saltos* de escala, para aludir al pasaje de un nivel semiótico a otro. Para ampliar este punto ver Verón (2001). “Misión Geminis Alfa”. En *Espacios mentales. Efectos de agenda 2*. 11-16.

- **Cambio de escala:** fenómeno producido por transformaciones en el orden simbólico, del orden del lenguaje o lo que Goody llamó la “razón gráfica”. La emergencia de la escritura y de la prensa escrita, por ejemplo, posibilitaron fenómenos de esta clase. En la historia larga del sapiens, en cambio el primer factor de complejización social creciente fue la emergencia de la escritura, que implicó la mediatización de operaciones simbólicas y consecuentemente, cambios de escala (la exteriorización de operaciones mentales en soportes autónomos: piedra, tablas, códices, libros).
- **Ruptura de escala:** La mediatización de operaciones icónicas e indiciales, lo que produce son *rupturas* de escala. ¿Por qué? Porque “introduce en un nivel colectivo operaciones que antes sólo eran posibles en el contexto inmediato de la semiosis interindividual. Por ejemplo, cuando el susurro pasional del amado en el oído de la amada, es visto en gran plano y escuchado por varios millones de personas, estamos ante un fenómeno de ruptura de escala. Asimismo, pequeñas alteraciones cualitativas como los cambios icónicos en la letra escrita (color, subrayado, comillas, bastardilla, negritas, etc. implican rupturas de escala en la medida en que suponen un salto de nivel lógico, es decir, una transformación de la posición *discursiva* a la *metadiscursiva*: el enunciador está comentando el texto a través de estos cambios cualitativos, señalándole al lector donde debe poner foco, sea porque es importante, porque está dicho irónicamente, porque es la voz de otro, etc. la bastardilla, las negritas o las mayúsculas, en textos escritos, el cambio de color en un enlace (visto/no visto, leído/no leído, etc.) o la cámara lenta, en audiovisuales, son algunos ejemplos de ruptura de escala.

“Una ruptura de escala no es sobrecogedora por sí misma, lo es cuando está asociada al sentimiento de atravesar la frontera entre dos mundos, a la experiencia de salir del propio mundo y entrar en otro. El nuevo mundo es necesariamente amenazador por ser extraño, desconocido. Se trata sin duda de la experiencia fundante, porque el nacimiento, para cada uno de nosotros, no fue otra cosa” (Verón, 2002: 51).

Los medios modernos, llamados durante mucho tiempo “de masas”, dice Verón, son dispositivos de ruptura de escala y los medios electrónicos generalizaron la mediatización de la primeridad y la secundidad y con ello, los efectos de ruptura de escala (Verón, 2001: 132-133). Así se acentuaron las crecientes transiciones entre los espacios público, comunicacional y político, desdibujando los límites consolidados entre esos tres espacios.

- **Inteligencia colectiva:** capacidad de las comunidades virtuales de potenciar el conocimiento y las habilidades de los internautas mediante recursos colaborativos y deliberativos (Lévy, 1993).
- **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 entre usuario y usuario. Intercambios 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). Esta operatoria recrea procedimientos de desautomatización de la percepción del Formalismo Ruso, el 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

---

<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)).

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).

- **Internet, La Red:** Según Verón (2012) Internet no es un medio (un dispositivo técnico de comunicación y sus 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).
- **Fan, Aca Fan**
  - **Fan:** Usuario de internet que produce, circula y consume contenidos en medios digitales de forma participativa. Se sitúa entre el entretenimiento y la intervención política y cultural.
  - **Aca Fan:** Fan académico (Jenkins, 2009).
- **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). 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 cuerpo los actores sociales y persistentes en el tiempo, proceso que se inscribe en lo que denominamos mediatización.
  - **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 tallada 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 cara-manos-objeto y se *regula* según normas o hábitos de fabricación y uso (LSS2: 169). De este modo, ya dejó de ser un

objeto y es un signo. Es por eso que Verón lo considera el “**Primer Interpretante** de la historia del que tengamos una prueba material” (2013: 176).

- **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: Sujeto-dispositivo / Sujeto- Sujeto (**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:** *Centrípeta*. Convergencia de múltiples contenidos, aplicaciones y plataformas en un único soporte (aplicaciones para consolas, computadoras, teléfonos celulares, tablets). 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).

- **Mediatización:** La primera ocurrencia de la noción está en Verón, 2001 [2000], “Conversación sobre el futuro”:

“La instalación de las tecnologías de comunicación colectiva, en las sociedades industriales primero, en las posindustriales después (lo que hoy se tiende a llamar la *mediatización*), ha dado lugar a la estructuración de nuevos mercados: los mercados de los medios, que son mercados de discursos y signos (...) Recordé en distintas oportunidades que el proceso de mediatización de la modernidad siguió el camino inverso al del trayecto ontogenético: operó primero sobre la escritura en la prensa

de masas, prosiguió con la mediatización de lo icónico, y culminó, al menos en la etapa que estamos considerando, con la mediatización del contacto en la llamada televisión ‘de masas’” (130-132)”.

Hoy queda por pensar si *seguimos en contacto* en la sociedad hipermediatizada. En LSS2, retoma la noción para introducirla en la secuencia **histórica larga de fenómenos mediáticos**, producto de la evolución antropológica. Desde este enfoque se define como el resultado operacional de una dimensión fundamental de nuestra especie biológica, la capacidad de semiosis (Verón, 2013 y 2015 [2014]). La mediatización es un proceso **constitutivo** del sapiens, dado por las 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).

- **Hipermediatización:** Mario Carlón (2022: 256), define la hipermediatización como el empleo simultáneo de múltiples medios basados en Internet (YouTube, Facebook, Twitter, entre otros medios de redes sociales, en convivencia con los sistemas interpersonales que expanden al anterior, como WhatsApp, Skype, Zoom, etc.). A diferencia de la etapa en que imperaban los medios masivos con sus lógicas de representación y de producción de sentido con base en un solo sistema mediático hegemónico, la sociedad hipermediatizada impuso estos sistemas de intercambio discursivo (Fernández, 2021 y 2023) conformados “por diferentes géneros y estilos, destinado a los más diversos usos y experiencias de la vida sociocultural” (Fernández, 2023: 47). En ellos confluyen, incluso de manera asistemática e informal, prácticas de mediatización contemporáneas y viejas.

- **Texto, Hipertexto**

- **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).

El texto ya se definía en su relación a otros textos antes de Internet, tal como lo hicieron Julia Kristeva, Jacques Derrida, Gilles Deleuze, Roland Barthes, Gerard Genette, entre otros. Fue Gérard Genette (1989)<sup>2</sup> quien describió las diferentes relaciones que pueden establecerse entre textos escritos (*transtextualidad*): la *architextualidad* (categorización de géneros o clases de textos); la *intertextualidad* (relación de copresencia entre textos: cita, plagio, alusión); la *paratextualidad* (relación texto-paratexto, esto es, entre el cuerpo principal y lo que lo rodea: títulos, epígrafes, notas a pie, ilustraciones, etc.), la *metatextualidad* (comentario del texto) y la *hipertextualidad* (relación entre un texto A (hipertexto) y otro texto anterior B (hipotexto) en el que se inserta, pero no al modo de comentario).

- **Hipertexto:** La analogía con la red ya estaba presente en los escritos teóricos post-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

---

<sup>2</sup> Genette, Gerard (1989). *Palimpsestos: la literatura en segundo grado*. Madrid: Taurus.



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). Ambos conceptos suelen identificarse pero no son lo mismo.

- **Hiperaudiencias:** Mariana Maestri (2021) acuñó el término para diferenciar la connotación pasiva de “audiencia” o “usuario” de la de “hiperaudiencia” que privilegia una concepción activa del usuario como actor, operador. Basándose en Scolari (2008), las caracterizó como hipermediáticas, por formar parte de un proceso de producción, intercambio y consumo simbólico en un entorno formado por múltiples sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular. Se distinguen por estar interconectadas en un espacio que reúne lo “real” con lo virtual. Están altamente mediatizadas. Tienen habilidades comunicacionales digitales que les permiten desempeñarse en la interactividad, consumir y producir y modificar contenidos de forma cooperativa y son capaces de controlar la interacción en la instantaneidad.

- **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, un sistema económico. 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 parece encajar en ninguna de las categorías lógico-semióticas de lo posible, lo existente y lo real, formuladas por Peirce.

## **Bibliografía de referencia**

Bitonte, María Elena y Liliana Grigüelo (2022). “Espacios mentales y pensamiento crítico”. V Congreso de la Federación Latinoamericana de Semiótica. Semióticas de la vida cotidiana. Agosto de 2002. <http://semiotica2a.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/79/2021/03/espacios-mentales.pdf>

Carlón, Mario (2022). A modo de glosario. En *deSignis 37, Mediatizaciones*. Federación Latinoamericana de Semiótica (FELS). Coord. Andreas Hepp y Guillermo Olivera. Rosario: UNR Ediciones. 151-164. <https://www.designisfels.net/publicacion/i37-mediatizacion/>

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.

Fernández, José Luis (2021). *Vidas mediáticas*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.

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.

Maestri Mariana (2021). Sobre las hiperaudiencias. En 10 años del cim en sus textos Rubén Biselli Sandra Valdetaro Editores.

Scolari, Carlos (2008). “De los nuevos medios a las hipermediaciones”, en *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.

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 (2001). *Espacios mentales. Efectos de agenda II*. Barcelona: Gedisa.

\_\_\_\_ (2001[2000]). “Conversación sobre el futuro”. En *Espacios mentales. Efectos de agenda 2*. Barcelona: Gedisa.

\_\_\_\_ 2003. "Televisión y Política: Historia de la Televisión y Campañas Presidenciales". Disponible en: <http://semiotica2a.sociales.uba.ar/contenidos-adicionales/biblioteca-digital/>

\_\_\_\_ (2012). Prólogo a Carlón, Mario y Antonio fausto Neto (comp.) (2012). *Las políticas de los internautas*. Buenos Aires: La cruzía.