

Teórico 7 (clase 8) 07/05/24 - Introducción a la semiótica de los nuevos medios
Prof. María Elena Bitonte. Semiótica de los medios II

Contenidos:

1ª parte: Repaso de nociones-clave: Lo virtual, Texto, Red, Hipertexto, Hipermediación, Digitalización, Reticularidad, Hipertextualidad, Multimedialidad, Transmedialidad, Interactividad, Interacción. La revolución del acceso. Las tres dimensiones de la semiosis en la Red. Transformaciones en el campo de la circulación. Nueva relación entre los actores socioindividuales, el saber y la información.

Lecturas obligatorias

- Verón, Eliseo (2013). “La revolución del acceso”. En *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós. Cap. 20.
https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1sqHZr6Kj_di4Xnq9oM6KvIWnJU4ccip0

2ª parte: Procesos semióticos y operaciones de producción de sentido en la interfaz digital. Dispositivo metafórico. *interfaz, hipertexto, conversación, gramática y contrato de interacción y contrato de interacción*.

Lecturas obligatorias

- Scolari, Carlos (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa. (Selección).
<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1rOmIx50YlaM5f0F5HGC7mBXfz93rzFw2>

Lecturas complementarias

- Bitonte, María Elena (Work in progress, 2024). “Semiótica de los nuevos medios. Un ayudamemoria”. Disponible en aula virtual y en https://drive.google.com/file/d/19ZbWhejFEYhthxwLbr4eY7IG0IL8QBTz/view?usp=drive_link
- Lévy, Pierre. (1993). “Las tecnologías de la inteligencia. El futuro del pensamiento en la era informática”. Paris: La Découverte. Adaptación y traducción Roberto Marafioti.
http://semiotica2a.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/79/2023/03/LEVY_las-tecnologias-de-la-inteligencia.doc.pdf
- Scolari, Carlos (2008). “De los nuevos medios a las hipermediaciones”. En *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa. <https://semiotica2a.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/79/2023/03/Scolari-Hipermediaciones2.pdf>
- Van Dijck, José (2013). “La producción de la socialidad en el marco de una cultura de la conectividad” y “Desmontando plataformas, reconstruyendo la socialidad”. En *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Oxford University Press. Buenos Aires: Siglo XXI.11-29 y 30-48. <https://semiotica2a.sociales.uba.ar/wp->

content/uploads/sites/79/2023/03/VAN-DIJCK-La-cultura-de-la-conectividad_-Jose-Van-Dijck.pdf

- Verón, Eliseo (2001). “Conversación sobre el futuro”. En *Espacios mentales. Efectos de agenda* 2. Barcelona: Gedisa. https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1sqHZr6Kj_di4Xnq9oM6KvIWnJU4ccip0

Presentación

En esta clase y las que siguen sobre nuevos medios, vamos a recoger algunas nociones ya conocidas por ustedes y trataremos de evaluar los alcances de los instrumentos conceptuales que ofrecen para incorporarlos a nuestra caja de herramientas. Sabiendo que ya tienen un conocimiento previo, ofrecemos un recurso como complemento, el documento de cátedra “Semiótica de los nuevos medios. Un ayudamemoria” (Bitonte, María Elena. Work in progress, 2024), que van a encontrar en nuestra aula virtual. La bibliografía citada en ese texto no es de lectura obligatoria pero las nociones expuestas sí resultan indispensables para facilitar la comprensión de los contenidos de esta unidad.

Continuando la línea trazada en el teórico anterior, la clase de hoy procuraremos deconstruir algunos procesos y nociones de la teoría de la mediatización, desde el prisma de la sociosemiótica, desde la perspectiva histórica, semio-antropológica y operacional, aproximaciones que orientan el programa de la materia. Desde estos enfoques, en la primera parte de la clase detenernos en una perspectiva macro para observar el panorama de mutaciones turbulentas y cada vez más complejas de la mediatización contemporánea. Vamos a introducir la visión de Eliseo Verón (2013) acerca de los procesos semióticos que se desarrollan en la Red Internet, en el marco de las mutaciones producidas en nuestra cultura, a través del tiempo histórico largo de la mediatización: las transformaciones que tuvieron lugar en la relación entre los actores sociales y su acceso a la información y el conocimiento y las operatorias estabilizadas de las tres dimensiones de la semiosis que se dan en la Red.

Frente a la dificultad metodológica que supone describir procesos en los que uno está envuelto y no tiene la suficiente distancia crítica, nos respaldamos en los modelos teóricos que nos aportaron por años claridad en el análisis de los fenómenos de sentido. Eliseo Verón (1935-2014) tuvo la enorme generosidad intelectual de trazar, en *La semiosis social 2*, 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 tradición de estudios comparable a la de los medios de comunicación históricos. Imaginen el esfuerzo de ajuste y articulación de enfoques consolidados, a nuevos objetos que aún están por describirse.

Y en la segunda parte, nos vamos a situar desde una perspectiva micro, cómo se describen, según Scolari, los procesos semióticos y las operaciones de producción de sentido en la interfaz digital. Recorreremos las nociones teórico-metodológicas fundamentales de su enfoque son las de *interfaz*, *hipertexto*, *conversación*, *gramática* y *contrato de interacción*.

La semiótica de los nuevos medios nos impone un desafío enorme frente a un campo que se explora en la misma medida que cambia, que sin duda, permanece abierto y sobre el que tengo mucho que aprender de todos ustedes.

1. 1a parte. Aclaraciones preliminares, problemas, desafíos y agenda

Algunas aclaraciones preliminares necesarias. La primera es que hablamos de “nuevos medios” no porque todavía lo sean sino por contraposición a lo que llamamos medios históricos o masivos (aunque cada vez sean menos nuevos y más masivos), lo que nos va a permitir contrastar sus condiciones históricas y características semiodiscursivas.

Una segunda aclaración es que en *La Semiosis social 2*, Verón sostiene que Internet no es un nuevo medio sino un nuevo modo de acceso a medios y contenidos. ¿Por qué? porque la Red puede albergar otros medios anteriores en su seno. En este sentido, podemos definir a Internet no como un medio (dispositivo técnico de comunicación y usos sociales) sino como un *metamedio*, es decir, un dispositivo que contiene y difunde a otros medios convergentes, viejos y nuevos. Fue el semiólogo italiano Fausto Colombo (1993. “La comunicazione sintetica”. En Bettetini, Gianfranco e Colombo, Fausto. *Le nuove tecnologie della comunicazione*. Bompiani Strumenti. Milano) quien denominó a Internet *metamedio*, justamente porque, siendo esta misma un medio, alberga y circula a los otros: prensa, radio, TV, cine, disco, video, libro, redes sociales mediáticas, Sitios, blogs, etc. Esta sería una de las novedades que trajo Internet, forma privilegiada de comunicación, interacción y socialización del siglo XXI.

Una tercera aclaración, sobre el problema de la circulación. Vamos a situar la problemática a partir de un diagnóstico temprano que ofreció Eliseo Verón en el año 2000, en una disertación que dio en la Universidad de Bologna, en un ciclo de conferencias coordinadas por Paolo Fabbri tituladas "Conversaciones sobre el futuro de la comunicación". Lo que ustedes tienen como bibliografía complementaria es la transcripción de esa alocución, que fue incluida en 2001, en su libro *Espacios mentales. Efectos de agenda 2*. Este texto es modélico porque ilustra el trabajo de observación del semiólogo y es un punto de inflexión en la Teoría de los Discursos Sociales por varias razones. En primer término, Verón ahí anticipa las transformaciones cruciales se iban a dar en la sociedad, leyendo signos que apenas comenzaban a vislumbrarse en los albores del siglo XXI, como resultado de las nuevas condiciones tecnológicas y culturales, sus consecuencias sobre los actores sociales, el sistema de medios y la democracia. Por otra parte, en esa conferencia Verón alude por primera vez, a la necesidad de encarar un problema que había sido relegado en su Teoría de los Discursos Sociales: el problema de la circulación:

Circulación: “[D]esde mi punto de vista, los problemas de la transmisión-circulación no han sido nunca realmente planteados, al menos en la semiótica. Creo que ha llegado el momento de hacerlo, porque es justamente en el campo de la circulación donde más fácilmente se pueden identificar los síntomas del cambio. Es en este campo, me parece, donde los procesos de cambio se vuelven más fácilmente visibles” (Verón, 2001: 128).

La circulación, tal como la presentó Verón (1993 [1988]) en *La semiosis social*, era definida no como una *transmisión* de información de A a B, sino como la *diferencia* o *desfase* entre la producción y el reconocimiento de los discursos. En aquel momento de su teorización, entendió que este desfase era algo que no se podía analizar porque involucraba procesos invisibles y dinámicos, imposibles de objetivar. Verón justificaba esta decisión metodológica en el hecho de que el análisis del discurso consiste en la descripción de las huellas que dejan en el discurso sus condiciones de producción y reconocimiento, pero al no haber huellas de la circulación en los discursos sociales previos a la llegada de Internet, no había manera. Con la aparición de los nuevos medios, circulación hipermediática (como la nombró Carlón, en su artículo pionero de 2020)¹, un discurso cualquiera en una plataforma mediática, deja ver las huellas de su circulación en la pantalla, en los (meta)discursos de reconocimiento y en otras huellas de la presencia del usuario en la interacción. Luego vamos a retomar esta dinámica cuando abordemos con Scolari (2004, *Hacer clic*) la semiosis de la interfaz digital. Y volveremos sobre el tema para abordar en el próximo Teórico, dos géneros discursivos que son los campeones de la circulación: el rumor y el meme de Internet.

Una última aclaración se refiere al desafío de categorizar **lo virtual**. Introducir el tema de los nuevos medios nos lleva a interrogarnos acerca de la naturaleza de lo virtual. Ante todo debemos esclarecer una confusión frecuente que opone lo real a lo virtual. ¿Qué clase de entidad es lo virtual? Comencemos por contrastar lo virtual con las categorías que ya estudiaron con Peirce y Verón (1993 [1988]. *La semiosis social*). ¿Qué son las categorías? Según estos autores, son los modos que ordenan el ser y el conocer. Son formas semióticas y por lo tanto, cognitivas que se exteriorizan en soportes materiales y que como lo demostró Verón, permiten describir los fenómenos sociales a través de las operatorias de la primeridad (lo posible), la secundidad (existente) y la terceridad (lo real), y sus respectivas operaciones icónicas, indiciales y simbólicas (Bitonte, 2019)². Pero según quienes plantearon primero esta cuestión, lo virtual no es un mundo posible ni un mundo existente ni un mundo real. ¿Entonces en qué categoría entraría lo virtual?

Pierre Lévy (1999, *¿Qué es lo virtual?*) lo define no como un estado sino como una dinámica o proceso inverso a lo actual: “En su uso corriente -dice Lévy - el término virtual se suele emplear para expresar la ausencia pura y simple de existencia, presuponiendo la “realidad” como una realización material, una presencia tangible” (1999: 10). El término

¹ Para ampliar esta cuestión pueden leer Mario Carlón (2020). *Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada*. San Luis: Nueva Editorial Universitaria. UNSL. <http://www.neu.unsl.edu.ar/wp-content/uploads/2020/08/Circulacio%CC%81n-del-sentido.pdf> y Fernández, José Luis *Una mecánica metodológica: para el análisis de las mediatizaciones*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.

² Bitonte, María Elena (2019). De las operaciones semióticas a una semiótica de las operaciones. Trayectorias. Actas del 14° Congreso Mundial de Semiótica, Trayectorias. Association of Semiotics Studies, Asociación Argentina de Semiótica y Área Transdepartamental de Crítica de Artes de la Universidad Nacional de las Artes. Buenos Aires, septiembre de 2019. 31-42. https://iass-ais.org/proceedings2019/?fbclid=IwAR1wBDrXv6jGC3UI42_6206aLsFyQIvI-btWfmK5SKtfP_dJZz-m4p4QRu4

virtual proviene del latín *virtus* que significa potencia, por lo que toma el sentido de algo que tiende a actualizarse, pero siempre como potencialidad, no se concreta como acto³. De ahí que lo virtual no se opone a lo real ni a lo existente, sino a lo *actual*. Por su parte, lo posible es un registro idéntico a lo real pero sin la existencia. Lo virtual es una versión desterritorializada de lo existente. Los cuerpos virtuales no son posibilidades, tampoco existentes tangibles, ni reales. “La virtualización –dice Levy, 1999: 12- es uno de los principales vectores de la creación de realidad”. La estructura, como tal, es un gran ejemplo de virtualidad –Deleuze, 1982⁴- que se actualiza en deferentes modelos: la estructura de lengua, del inconsciente, de la sociedad, de un modelo económico, etc. Otros ejemplos de virtualidad son el pensamiento, la memoria, que se actualizan en signos, en la escritura. Un texto también –dice Levy- es una virtualidad que se actualiza en cada lectura, en versiones, traducciones, ediciones, ejemplares, copias, puestas en escena o transposiciones. Y el paso de ese texto al hipertexto es una también, una virtualización. Llegamos así al hipertexto, que es una matriz de textos virtuales que dependerán de que un usuario los actualice en la Red. Y la Red, a su vez, es un tejido de fibras incorporales cuya consistencia reside en actualizarse en espacios de contacto, habitables por nuevas formas de presencia y creación de mundos virtuales. Besos, abrazos, presencias virtuales. La virtualidad no parece encajar en ninguna de las categorías formuladas por Peirce:

| Categoría | Primeridad | Secundidad | Terceridad | Virtual |
|---------------------|--------------------------|----------------------------|---------------------------------------|--|
| Modo de ser/conocer | <i>Posible</i> | <i>Existente</i> Actual | <i>Real</i> Social Construido | <i>Tiende a lo</i> actual |
| Característica | Inmaterial Incorpóreo | Factual Corpóreo | Simbólico Codificado Discursivo | Digital Conectado |
| Forma de presencia | Presencia potencial | Presencia tangibile | Presencia ideal Abstracta | Presencia intangibile “Imperfecta” |

La reticularidad de 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*, para decirlo en palabras de Gurevich, remiten a

³ Las categorías de acto y potencia corresponden a la *Metafísica* de Aristóteles. El acto se define como el pasar de un estado potencial a un estado actual o de ser. La potencia, como el poder que tiene una cosa de pasar a otro estado o producir un cambio en otra. Lo potencial es lo que aún no es pero tiene la posibilidad de ser en acto (Ferrater Mora (1978). *Diccionario de filosofía*. Buenos Aires: Sudamericana).

⁴ “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” (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. 579).

escenografías de la conversación presencial, no las de la Historia o Relato sino las del Discurso y el Comentario, con las marcas que anclan al sujeto en el presente de la enunciación, primera y segunda persona pronominal, las huellas de su presencia en línea, los operadores verbales y visuales interpelativos, signos en el límite de lo visual, lo oral y lo escrito, la escritura atravesada por lo indicial y lo visual, los íconos y símbolos que cuando los toco se vuelven puntos de fuga. Lo virtual es una multiplicidad de copresencias virtuales, “reenvíos indiciales del yo” (Gurevich, 2018: 35)⁵.

Volviendo a la pregunta inicial ¿será pertinente entonces, oponer real y virtual? Durante la pandemia se empezó a hablar mucho sobre la oposición entre clases, reuniones, cumpleaños presenciales y virtuales, trabajo y teletrabajo, teleconsultas médicas, etc. Roberto Igarza (2021) advirtió que la oposición *presencia-ausencia*, viene del paradigma de la Modernidad y tiene al cuerpo físico como modelo ideal de presencia. De ahí que acuñó la expresión “Presencias imperfectas” para referirse a las nuevas formas de presencias en línea, “verosímiles capaces de interactuar sincrónicamente” (Igarza, 2021: 115). Las presencias imperfectas no se oponen pero se diferencian de las presencias empíricas. Son presencias virtuales⁶.

Hechas estas aclaraciones, vamos a adentrarnos ahora en la Red Internet y en qué consiste, según Eliseo Verón, la revolución del acceso.

2. Verón, 2013. “La revolución del acceso”

2.1. La metáfora de la Red

Las metáforas son conocidas como recursos retóricos, sobre todo en la literatura y el arte. Sin embargo, son mucho más que eso. Son una de las formas en que funcionan el pensamiento y el lenguaje, y son tan frecuentes en el discurso cotidiano como en el científico por su enorme poder explicativo, ya que producen analogías entre lo conocido y lo desconocido o entre nociones diversas, que permiten entender algo complejo o no conocido, a partir de algo conocido. Vamos entonces a la metáfora de la red. Verón toma registro de sus apariciones históricas. Primero, se usa para nombrar la configuración neuronal del cerebro; después, reaparece en la 2da Revolución Industrial para aludir a las vías de transporte; luego la noción se extiende a las organizaciones naturales y sociales, y finalmente, la encontramos en la World Wide Web.

La noción de red nos lleva a la noción de texto y de *hipertexto*, de larga tradición en los estudios semiológicos. La hipertextualidad no es un concepto nuevo. En su primera acepción (hipertexto analógico), es un rasgo invariante de todo texto (textos que se producen sobre la base de otros, como los palimpsestos en las artes plásticas y la literatura

⁵ Gurevich, Ariel (2018). *La vida digital. Intersubjetividad en tiempos de plataformas sociales*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Crujía. Colección Futuribles

⁶ Pueden leer más en Igarza, Roberto (2021). *Presencias imperfectas: el futuro virtual de lo social*. Buenos Aires: La marca.

(las parodias, los palimpsestos)⁷. En su segunda acepción (digital), es un compuesto de texto escrito, imágenes y relaciones entre ellos que habilitan múltiples trayectos y recorridos abiertos. Verón (2013: 279) ofrece una definición algo laxa de “hipertexto” como “configuración de trayectorias”, y lo asimila a la intertextualidad. Nosotros vamos a establecer la diferencia, que nos parece significativa, entre *intertextualidad* (textos que remiten a otros textos) e *hipertextualidad*. Vamos a ampliar esto en la 2da parte de la clase cuando nos ocupemos de las interfaces digitales. Pueden encontrar también definiciones en nuestro Ayudamemoria.

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

La semiosis social 2 (LSS2) es la obra cumbre de Verón, donde relee toda su producción previa y referentes principales⁸. Allí vuelve a plantear la pregunta fundacional de la semiótica peirceana ¿cómo conoce el hombre? a lo que responde: *a través de la semiosis*, porque es así como funciona el sistema cognitivo del sapiens. De este libro vamos a presentar hoy el cap. 20, “La revolución del acceso”.

Vamos a situar la Revolución digital en el marco de dos cortes históricos, que ustedes ya estudiaron en teóricos anteriores (Verón, 2013, *La semiosis social 2* y 2015 [2014], “La mediatización. Un concepto semio- antropológico”): si tomamos un período **corto** de la mediatización, las primeras teorizaciones de Verón coinciden con las de Hjarvard (2016)⁹ en ubicar un lapso que se inaugura con la institucionalización de los medios masivos, en la segunda mitad del S.XIX. En esta etapa se puede observar la emergencia de una cantidad sin precedentes de dispositivos en pocas décadas: prensa gráfica, fotografía, cine, grabación, radio, televisión. Pero la mediatización como proceso semio-antropológico es muchísimo más **larga**, y se remonta a dos millones y medio de años atrás, aproximadamente. Este enfoque observa el trayecto histórico extenso de la mediatización donde se inscribe como una nueva etapa en la historia de los fenómenos mediáticos producidos como resultado de las distintas materializaciones de la semiosis a partir de procedimientos técnicos. ¿Y cuál creen ustedes que es para Verón el primer fenómeno mediático del que tengamos registro antropológico? Los primeros útiles tallados que datan de la Edad de piedra. ¿Y por qué creen que son importantes semióticamente? Porque estas primeras herramientas rústicas no sólo fueron vistas como objetos de uso sino como signos. De ahí que Verón también las considera el “**primer Interpretante** de la historia del que tengamos una prueba material” (Verón, 2013: 176).

⁷ Cfr. Genette, Gerard (1989). *Palimpsestos: la literatura en segundo grado*. Madrid: Taurus.

⁸ La formación de Verón en antropología viene de sus primeros pasos 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. Notablemente *La Semiosis social* (la primera) fue ubicada por Gedisa en la colección llamada “El mamífero parlante”, personaje que vuelve como protagonista de *La semiosis social 2*.

⁹ 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.

La mediatización es entonces, 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). Es la forma en que nuestros procesos mentales pueden ser exteriorizados, socializados y convertidos en cultura, materializados en soportes autónomos y perdurables: los fenómenos mediáticos. La emergencia de la semiosis coincide así, con el momento en que algo es reconocido, no como objeto sino como *signo*, lo que permitió desarrollar una cadena operatoria de producción en las tres dimensiones de Peirce: la primeridad (materialización visual, fabricación de un modelo imitable o estereotipo replicable en otros análogos), la secundidad (su reproducción y difusión cultural en cadenas cuyo primer soporte es el cuerpo (eje corporal manos-instrumento-objeto) y la terceridad (la estabilización del uso regulado en soportes autónomos y perdurables).

¿Por qué mencionamos este antecedente? Porque este hito histórico condujo al primer progreso cognitivo fundamental en la historia de la mediatización, precondition de la aparición del lenguaje y precursor de la invención de la escritura¹⁰. Desde la aparición de la industria lítica, pasando por las primeras pinturas rupestres en los muros de las cavernas del Paleolítico superior (hace unos 40.000 años atrás), hasta los soportes digitales, se puede constatar que cada vez que surge una nueva tecnología de la mediatización se producen fenómenos de complejidad y aceleración del tiempo histórico.



La primera aceleración se registra, como vimos, con la producción de herramientas de piedra, que transformaron notablemente las condiciones cognitivas, de vida y supervivencia de nuestra especie. La segunda con la invención de las primeras formas de escritura, unos 3.000 años antes de nuestra era, revolucionario medio de registrar el habla

¹⁰ Notarán que para Verón, la emergencia de la semiosis es anterior a la emergencia de la escritura ya que desde su perspectiva anti-logocéntrica, la semiosis no se reduce a los fenómenos verbales o lingüísticos.

en soportes autónomos y perdurables que permitieron objetivar, conservar y transmitir la cultura y la memoria. La tercera aceleración se da, con la invención de la imprenta en el s. XVI, que permitió la proliferación masiva y el acceso de cada vez más amplios sectores de la población la cultura escrita. Y la última es la WWW, que trajo consigo una nueva aceleración, de dimensiones nunca antes registradas desde los inicios de la mediatización. Internet es la tecnología más importante desde la invención de Guttemberg, que en el prólogo al libro de Carlón y Neto (2012), Verón define como “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).

Verón advierte la necesidad de situar el fenómeno de Internet en una perspectiva histórica de largo plazo para poder discriminar continuidades y discontinuidades y no caer en generalizaciones aventuradas como las que suponen *cambios totales, rupturas radicales* o *novedades absolutas*. Desde este punto de vista analítico Verón puede advertir lo que cambia y lo que permanece con la irrupción de la Red. Lo que permanece es que Internet no alteró el modo en que el sapiens produce semiosis, ya que la mediatización siempre funcionó en las tres dimensiones semióticas peirceanas, incluso *antes* de que exista Internet. Lo que Internet introdujo fue una mutación de las condiciones de la circulación, es decir, un cambio en el modo de acceso de los actores socioindividuales a la discursividad mediática. 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 cuanto a *expansión, velocidad y accesibilidad*. De ahí que según Verón, de las 3 W de *World Wide Web*, las que importan son las dos primeras, es decir, su alcance amplio, planetario. Por lo tanto, su tesis es que la “revolución” de Internet no se da en el modo de la mediatización (que siempre estuvo dinamizada por la operatoria de la primeridad, la secundidad y la terceridad) sino en la relación entre los actores socioindividuales y los fenómenos mediáticos. Esta transformación se va a dar en tres niveles “cruciales” y “profundamente políticos”: 1) las formas de acceso al conocimiento y la información, 2) en la construcción de la relación con el Otro y el vínculo social en las tres dimensiones de la semiosis: afectiva, factual y normativa y 3) la relación entre los actores sociales y las Instituciones (Verón, 2013: 281). Algunos ejemplos de estas transformaciones son: mensajes personales en un dispositivo celular que pasan a tener circulación pública, información pública llega directamente a nuestros dispositivos sin mediación de un canal institucional, un mensaje producido por un actor social privado asciende a los medios masivos, o un usuario desconocido se convierte en una celebridad o *influencer* con más llegada que un medio masivo, un contenido amateur se convierte en una unidad de valor millonaria (NFT), los vínculos entre los actores socio-individuales entre sí y con colectivos sociales se virtualizan, los vínculos con las instituciones y colectivos políticos cambia, las condiciones de producción de sentido y los productos mediáticos se vuelven participativos y compartibles, etc.

Dicho esto ¿cómo se activan, según Verón, las tres dimensiones de producción de sentido en la Red?

2.3. Las tres dimensiones semióticas en la Red

Como adelantamos, Verón argumenta que la Red posibilitó la exteriorización de las operaciones cognitivas de la primeridad, secundaridad y terceridad a través de la digitalización de los nuevos productos mediáticos:

1) La dimensión de *Primeridad*: es la *posibilidad* de que algo ocurra o aparezca, de ahí que asocian a acciones de navegación en búsqueda de contenidos. Dichos contenidos pueden ser, nuevamente del orden de la primeridad (visuales, estéticos, musicales, literarios), de la secundaridad (*acciones* de obtención de información factual y datos) o de la terceridad, esto es, pautas, rutinas o directivas (instrucciones para realizar una tarea, recetas de cocina, tutoriales, itinerarios y mapas para llegar a un destino). Como ven, la operatoria es siempre "fractal", como lo es toda la arquitectura semiótica de Peirce, donde cada vez que uno abre un nudo vuelve a encontrar nuevos lazos ternarios en una red infinita.

2) La dimensión de *Secundaridad*, implica una *relación*, por eso se asocia al *contacto* (usos relacionales). Esto se da plenamente en las redes sociales. Cuando lean Gurevich (2018), *La vida digital*, van a analizar cómo se despliega esa contigüidad metonímica de las relaciones interpersonales a través de lo que él llama "la tríada interactiva" (gustar, comentar, compartir). Van a ver cómo ese funcionamiento es la matriz básica de la producción de contacto en los medios de redes sociales, que no sólo gestionan los vínculos interpersonales sino también la circulación.

3) Por último, la dimensión de Terceridad está regulada por rutinas o leyes que rigen los intercambios en cada plataforma digital, los procedimientos que debemos llevar a cabo para loguearnos en una aplicación, registrarnos y usar una plataforma bancaria, de comercio, educativa, etc. Aquí coexisten usos restringidos (privados) y mediáticos (de acceso plural).

En síntesis, lo que le interesa a Verón es señalar que la novedad de Internet no es la operatoria que como vemos sigue desarrollándose en las tres dimensiones de la operatoria ternaria, sino los cambios en las condiciones de la circulación, es decir, de las condiciones del acceso de los actores individuales a los discursos mediáticos:

a) *La relación de los actores sociales con el saber y la información,*

b) *La construcción del vínculo social, en las tres dimensiones de la semiosis: afectiva, factual y normativa*

c) *La relación de los actores sociales con las Instituciones* (2013: 281).

“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 los medios basados en Internet y tiene el control sobre el pasaje de lo privado a lo público. Piensen por ejemplo, que con Internet podemos acceder a la programación que queramos cuando y como

queramos, de la misma forma que podemos tomar una gaseosa; los mensajes personales en un celular pasan a tener circulación pública e inversamente, la información pública que llega directamente a nuestros dispositivos sin mediación de un canal institucional; un mensaje producido por un actor social privado asciende a los medios masivos, o un usuario desconocido se convierte en un *influencer* con más llegada que un medio masivo; las condiciones de producción de sentido y los productos mediáticos se vuelven participativos y compartibles; un contenido amateur se convierte en una unidad de valor millonaria (NFT); los vínculos entre los actores socio-individuales entre sí y con colectivos sociales se virtualizan, los vínculos con las instituciones y colectivos políticos cambia; antes, los medios históricos eran mediadores en la relación entre el ciudadano y el político, nuestra ventana al mundo eran los medios masivos de comunicación. Hoy eso se terminó y cada actor social puede relacionarse directamente con los políticos y las instituciones democráticas a través de los medios basados en Internet (te imaginás la reacción de tu abuela o bisabuela recibiendo, de repente, un mensaje de Evita en su teléfono?). Estas, entre otras mutaciones que, vistas a la luz de la historia, son colosales.

2.4. Condiciones de acceso y las paradojas de la complejidad y de la escasez

Verón trae a cuento un libro de Robin Mansell, especialista en nuevos medios, quien advierte que 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 o IA. Las condiciones detrás de pantalla se explican por una doble paradoja relacionada con la escasez y la complejidad de información. La “paradoja de la escasez” plantea que mientras los costos para producir información son altos, los costos para reproducirla son bajos o nulos. De ahí la tensión entre los que reclaman la libre circulación de contenidos en Internet y los que se oponen apelando a los derechos de autor. Por el otro lado está la “paradoja de la complejidad” que contrasta las ventajas de la autonomización de los sistemas, cada vez más inteligentes y autoorganizantes a los riesgos de la pérdida del control humano sobre dichos procesos. El caso más escalofriante son nuestros nuevos amigos, los chats *chatbots* y la inteligencia artificial. ¿Será posible una máquina más inteligente que el hombre? Se pregunta Verón. Y su respuesta es que por más autoorganizante que sea, la IA no puede efectuar operaciones en las tres dimensiones **cognitivas** de la semiosis. Sólo puede digitalizar los productos.

Otra pregunta es ¿cómo es el modelo de negocios del mercado de medios de Red? ¿quién paga los costos de la producción?¹¹. Y del lado del reconocimiento, una operatoria como la búsqueda, plantea el acceso de los actores a la oferta de información a expensas de un sistema que extrae datos sensibles acerca de los modos de interacción y el tiempo en pantalla de los navegantes, rastrea sus recorridos de navegación y ubicación (geolocalización), predice sus gustos e intereses en términos de visitas, *likes* y metadatos.

¹¹ Este problema, que apenas llegó 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.

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 son resultado de una oferta *rigurosamente dosificada por las instituciones mediáticas* (“producción de escasez”) y por la demanda vehiculizada en las trayectorias de navegación de los consumidores. Piensen ustedes en la evolución del código a la enciclopedia, y de esta a un medio Wiki. Verón toma el caso paradigmático de Wikipedia, 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” (La semiosis social 2, 285). Existen enciclopedias digitales pagas 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 producto que para sostenerse en muchas ocasiones demanda la colaboración voluntaria.



Para terminar, “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).

Después de este recorrido macro en la larga historia de la mediatización, vamos a continuar ahora con un punto de vista micro, con Scolari y la sociosemiótica de las interacciones digitales.

...

2da parte. 1. *Hacer Clic*. Las interacciones digitales desde la óptica de la sociosemiótica

Carlos Scolari es un semiólogo argentino, formado en la Universidad Nacional de Rosario y actualmente profesor e investigador de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona. Su tesis doctoral fue, justamente, este libro, *Hacer clic* y su director, Gianfranco Bettetini. Scolari es un asiduo divulgador de la semiótica a través de sus numerosos libros y artículos especializados en narrativas transmedia y particularmente, a través de su conocido blog *Hipermediaciones*. *Hacer clic* fue su primer libro y sigue siendo hoy, con el paso de los años, una de las caracterizaciones más descriptivas de las interacciones y procesos semiocognitivos que se producen en la interfaz digital. Su encuadre teórico combina sociosemiótica y teoría cognitiva. En este cruce convergen autores que son referentes teóricos del tipo de semiótica que desarrollamos en la materia: Charles Peirce, Eliseo Verón, Umberto Eco, Gianfranco Bettetini, Pierre Levy. Las preguntas que van a orientar nuestro recorrido son: ¿Qué es la interfaz digital? ¿Qué características semióticas tiene? ¿Qué clase de conocimiento aporta? ¿Qué tipo de interacciones desencadena? En lo que sigue, trataremos de responder a estas preguntas.

2. Las interfaces digitales

“*[L]a mejor interfaz es la interfaz que no se siente*” dice Scolari (2004: 26). Esta es la primera definición con la que quiero empezar, y que retomaremos luego en la clase dedicada a la Inmediatez, Hipermediación y Remediación, el texto de Bolter y Grusin (2000), quienes hablan de la voluntad de transparencia e inmersión que caracterizan a la cultura digital. El ideal del diseñador –dice Scolari– es “esconder” la interfaz. Pero, inversamente, el ideal del semiótico es hacerla visible, deconstruyendo las operaciones de producción de sentido y 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 basada en un ideal de comunicación lineal, con la semiótica de los procesos interpretativos. Apoyándose en las formulaciones de Umberto Eco (1979, *Lector in Fabula*) y en la semiótica de Peirce, postula las siguientes ideas claves para entender la interacción texto-lector y dar cuenta del proceso colaborativo que se desarrolla en la actividad interpretativa:

- la noción de *signo* fundado en la inferencia,
- *la semiosis* como proceso dinámico e ilimitado,
- *la noción de enciclopedia*, es decir, el archivo de conocimientos colaterales con los que cuenta el lector para construir sentido.
- Interacción (relación entre usuarios). Interactividad (relación usuario-dispositivo).

Tal como lo expuso Eco (1987: 76) “un texto es un mecanismo perezoso (o económico) que vive de la plusvalía de sentido que el destinatario introduce en él”. ¿Por qué? Porque está plagado de espacios en blanco, lagunas e implícitos que requieren de la acción cooperativa del lector. ¿Qué movimientos que realiza el lector para comprender y avanzar en la lectura? El lector debe actualizar los sentidos del texto, realizando diversas operaciones cognitivas como asociar, inferir, extraer conclusiones, contextualizar, acotar el sentido y activar lo que Eco denominó la *Enciclopedia* (ya que, si bien, como nos enseñó Peirce “la cadena de las interpretaciones puede ser infinita, el universo del discurso introduce una limitación en el tamaño de la enciclopedia (...) hay que saber si lo que se quiere es mantener activa la semiosis o interpretar un texto” (Eco, 1987: 86)¹². Esta perspectiva da por tierra con las prejuiciosas oposiciones entre el lector “activo” de los textos electrónicos y el lector “pasivo” de los textos analógicos. El texto siempre fue una red virtual. Y el lector nunca fue pasivo.

Scolari define la interfaz digital como un proceso de interacción entre una persona y un dispositivo digital (ordenador). En tanto superficie de *contacto*, la interfaz articula como un puente, dos espacios, dos mundos diferentes, uno fáctico y otro virtual. Para describir la interacción entre el hombre y la interfaz, va a articular sociosemiótica y ciencia cognitiva. Porque lo que interesa semióticamente no es si algo es un ícono, un índice o un símbolo sino qué operaciones cognitivas y qué vínculos produce un ícono, un índice o un símbolo. En esta dirección, comienza por discriminar tipos de procesos semióticos: *diádicos* y *triádicos*. Como ya ustedes vieron al estudiar las categorías peirceanas, en la primeridad no hay relación, solo una posibilidad de que algo aparezca. Eso son los aspectos *posibles* de algo o sus cualidades (sensoriales, cualitativas, visuales). Con la secundidad aparece la puesta en relación (estímulo-respuesta, acción-reacción, causa-efecto, etc.). Son procesos diádicos o binarios (A se relaciona con B). Ahora bien, un proceso semiótico *genuino* (como lo llamaba Peirce), en cambio, siempre es triádico porque exige la mediación de un tercero, el código o Interpretante (A se relaciona con B a través de C). Las relaciones diádicas se ubican en el nivel de los procesos que Eco denominó *protosemióticos*. ¿Por qué? Porque son independientes o incluso previos a ser organizados por las leyes del pensamiento y el lenguaje. De esta manera, los fenómenos *semióticos* propiamente dichos son ternarios, del orden simbólico, en cambio, los *presemióticos* son del orden icónico e indicial. Pero atención! estos se vuelven *semióticos* cuando interviene el *reconocimiento* (es decir, el tercero interpretante) que, como dice Peirce, *vuelve eficientes las relaciones ineficientes*. Hecha esta distinción, Scolari enfatiza la importancia de estos procesos basados la iconicidad y la indicialidad en la producción de sentido de las interfaces digitales, donde la atención hacia los objetos está regida por asociaciones del nivel de los estímulos visuales y movimientos que apenas pasan por el pensamiento.

“¿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

¹² Umberto Eco (1987 [1979], “El lector modelo”. En *Lector in fabula*, Barcelona: Lumen.

cognición y es preciso poder identificarlos para encuadrarlos analíticamente. Las aproximaciones 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 semiocognitivos 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 desautomatizar o desnaturalizar los procedimientos perceptivos sobre los que los diseñadores de interfaces (“detrás de la pantalla”) trabajan estratégicamente para orientar la atención, mantener empatía y ofrecer información al usuario (“delante la pantalla”).

3. 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 algunas de ellas, que son las que señalan el itinerario argumentativo que lleva al autor a su concepción conversacional.

Vale recordar nuevamente, 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’, etc.). Además, tienen un gran poder persuasivo y como no podría ser de otro modo, comportan una dimensión ideológica cuyas consecuencias prácticas es preciso identificar. Por ejemplo, en el libro de Scolari, la metáfora de la ‘conversación’ es sostenida por la matriz semio-pragmática de Bettetini. “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 de sentido lo es. Los signos no lo son.

Las primeras aproximaciones a la noción de interfaz corresponden a una concepción *informática*, dominante en los años ’70. Estas focalizaron el dispositivo material con la **metáfora del hardware** (equipo, artefacto) 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, cortamos y pegamos, de manera semejante a como lo hacemos en nuestro escritorio “real”.



Sistemas operativos Mac y Windows

A lo largo de la década del '80 se generaliza la **metáfora instrumental** de la comunicación entre el hombre y la computadora, que en los '90 incorpora 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 una extensión del cuerpo, como superficie de contacto entre dos sistemas, uno humano y el otro, tecnológico. Desde esta perspectiva va a ser posible definir la interfaz, con Lévy, como una *red cognitiva de interacciones*. Tal aproximación es lo que va a permitir avanzar en el análisis de una *gramática de la interacción* que rige los procesos de producción y reconocimiento (la cadena operatoria de uso para ejecutar acciones específicas a partir de la relación mente-mano-ordenador)¹³.

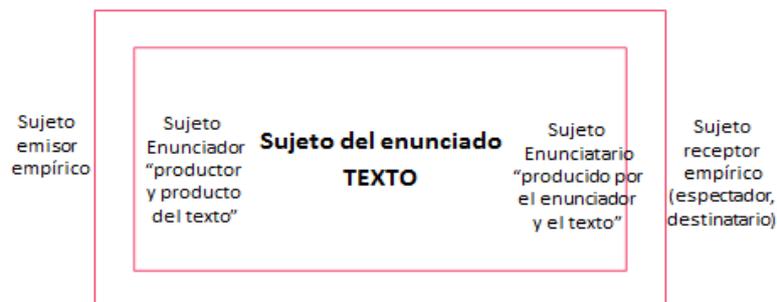
4. La metáfora conversacional. De la semiosis del texto audiovisual a los dispositivos digitales

Un lugar privilegiado tiene para Scolari, la **metáfora conversacional**, tomada del libro de Bettetini (1986 [1984]). *La conversación audiovisual*¹⁴ que 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:

¹³ Las secuencias operativas son la serie de interacciones con los objetos que nos permiten ejecutar regularmente acciones y sub-acciones bajo la forma de guiones: desde operaciones como abrir una puerta, encender la luz a cortar y pegar un texto en Word o fabricar herramientas de piedra. Levy (1993, “Las tecnologías de la inteligencia”) menciona cadenas operatorias relacionadas a *tecnologías* como la escritura (interacción pluma-alfabeto-papel) o la carpintería (mano, martillo, tabla).

¹⁴ Bettetini, Gianfranco (1986 [1984]). *La conversación audiovisual. Problemas de la enunciación fílmica y televisiva*. Madrid: Cátedra.

Modelo de la conversación textual (Bettetini, 1986 [1984])



Scolari traslada a la interfaz digital, la idea de conversación que Bettetini desarrolla para *el texto* cinematográfico. Dicha conversación no se da entre sujetos empíricos sino entre un enunciador y un enunciatario "virtuales" (no en el sentido de "en línea" sino en el sentido de tácito, no empírico)¹⁵. En el cine, el sujeto enunciador fílmico deja huellas de su intervención ordenadora sobre el metraje (subtítulos, organización de las partes del texto, encuadres, banda sonora, musicalización, comentarios implícitos o explicitados verbalmente, etc.) y frente a estas marcas, el enunciatario desencadena su labor inductiva e interpretativa. Así, el enunciador proyecta estratégicamente a su enunciatario y le destina índices comentativos que activan sus inferencias y guían su acción. A partir de todo ese trabajo constructivo del enunciador 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 enunciador. "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 enunciador. 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 materializa en la interfaz. *El simulacro del cuerpo del usuario*

¹⁵ La teoría de la *conversación textual* de Bettetini recoge categorías de la ciencia cognitiva y la tradición semiótica de matriz interpretativa de Umberto Eco. Desde estos puntos de vista analíticos surgen las nociones de enunciador y enunciatario como instancias *virtuales*, es decir, productos de la actividad inferencial del coenunciador, que se actualizan en cada lectura. Estos sujetos no deben confundirse con sujetos empíricos. 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.

aparece en la pantalla y se visualiza bajo la forma de cursor (Scolari, 2004: 59), prolongación del cuerpo del usuario.

Finalmente, la metáfora de la conversación se complementa con otra que también le sirve a Scolari para trabajar con una idea escenográfica o arquitectónica del hipertexto: la *metáfora ambiental*. Desde esta visión, la interfaz es *lugar de interacción, espacio* que el usuario habita y donde realiza su actividad. Vale resaltar cómo el cuerpo empírico se *virtualiza* y se hace visible a través de las múltiples huellas de su presencia conectada, cada vez que hacemos “clic” (conectado/no conectado, leído/no leído, visto, historial de búsquedas, preferencias, localización, comentarios, gustar, compartir, seguir, etc.

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

5. 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 semiótica y la crítica literarias desde hace más de un siglo. 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. Remarquemos que 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: “El texto único no es acceso (inductivo) a un modelo, sino entrada a una red con mil entradas” (Barthes, 2004 [1980]: 8)¹⁶. Fue Gérard Genette (1989)¹⁷ 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).

El hipertexto alcanza su plenitud en la WWW, recogiendo su sentido original de tejido o red pero en un medio digital. En este nuevo (meta)medio, debemos reconsiderar las condiciones a partir de las cuales definimos texto, hipertexto y paratexto. Desde el punto de vista lingüístico, el texto no es un cúmulo de palabras o enunciados sino una unidad

¹⁶ Barthes, 2004 [1980]). *S/Z: Un ensayo*. Buenos Aires Siglo XXI.

¹⁷ Genette, Gerard (1989). *Palimpsestos: la literatura en segundo grado*. Madrid: Taurus.

de sentido que se consigue a partir de dos propiedades: la *coherencia* y la *cohesión*¹⁸. La coherencia es la correlación de las informaciones en torno a un tema común (decimos que un texto es coherente cuando todos sus enunciados corresponden a una misma realidad o asunto). Tomemos por caso el siguiente texto:

*El neoliberalismo sirvió para romper los lazos de solidaridad social. Economistas neoliberales plantearon políticas de convertibilidad que estallaron el país. Tenían ojitos claros*¹⁹.

¿Podemos decir que el texto es coherente? ¿Por qué? ¿Es la coherencia temática una propiedad inherente y exclusiva de un texto? ¿Cómo interviene la actividad colaborativa del lector, sus conocimientos previos o enciclopedia? Dejo estas preguntas abiertas para la reflexión.

Por su parte, la cohesión es la relación de dependencia o conexión entre diferentes términos o enunciados de un texto. En los textos escritos, las anáforas, catáforas y exáforas son modos de cohesión; en los hipertextos, los botones ‘anterior’, ‘siguiente’, enlaces que direccionan el rumbo de los usuarios en la navegación hacia otros contenidos, hacia atrás, adelante, a otra página, medio o plataforma. En los sitios web, los elementos de la interfaz que generan cohesión son muchas veces, hipervínculos, es decir, elementos señalados que al ser clickeados conectan distintas secciones dentro y fuera de ese hipertexto y cuya coherencia predeterminada es indispensable. Los colores, aspectos gráficos, enlaces y símbolos muchas veces considerados casuales no son neutros ya que responden a formatos altamente codificados. Así también las secciones (Home, novedades, eventos, contacto, acerca de nosotros, política de privacidad, etc.) responden a matrices socioculturales, institucionales, políticas, ideológicas a matrices socioculturales, institucionales, políticas y de diversa índole cuya uniformidad debe ser cuidada.

La producción de coherencia y cohesión textuales no es responsabilidad exclusiva del texto sino un proceso colaborativo cuya construcción depende fuertemente del lector ya que dependen no sólo de los recorridos habilitados por la interfaz sino de las múltiples y complejas decisiones que puede tomar el usuario que actualiza los enlaces en su navegación no lineal.

Otra noción que conviene reconsiderar es la de *paratexto*. El paratexto en textos analógicos, según Genette, se define como texto *separado* del principal y *subordinado* a él (tapa, notas de contratapa, notas al pie, epígrafes, párrafos, imágenes y gráficos insertos, 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 (*links*, fotografías, videos, anuncios, banners, etc.) están “al toque” o a un clic. De ahí que, según Scolari (2004: 105), en las interfaces

¹⁸ M. Halliday (1979). El lenguaje como semiótica social. México: FCE.

¹⁹ https://www.youtube.com/watch?v=7jKD9fAA_hQ&t=581s

digitales *la diferenciación entre texto y paratexto tiende a desaparecer*. Muchos elementos icónicos e indiciales del diseño de página tradicional se recuperan volviéndose interactivos, colaborativos y navegables: una nota a pie de página en un artículo en papel se convierte en un link en un texto digital. Asimismo, los libros, diarios, enciclopedias, que incluyen enlaces, direcciones URL, hashtags, etc.). El hipertexto digital extiende sus alcances a otros contenidos, otras ventanas, otros medios, otras plataformas y a la interacción entre usuarios.

¿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* (la semiosis plástica del texto) y una *gramática de la interacción* (operaciones de producción y reconocimiento). Estas gramáticas incluyen elementos verbales y no verbales que orientan la *puesta en página* y su lectura (distribución gráfica, espacios en blanco, columnas, tipografía, color, tamaño, sistemas de indización textuales, paratextos, etc.). A partir de este enfoque, la interacción usuario-pantalla articula las tres gramáticas que 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.

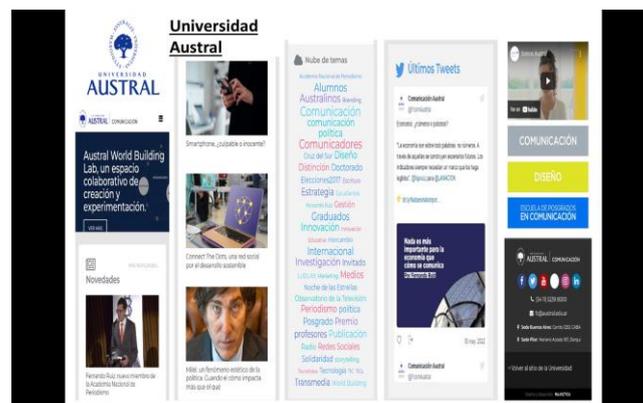
6. Simulacros textuales y contrato de interacción

Según lo expuesto, la interfaz es entonces, el lugar de encuentro entre la gramática del diseñador y la gramática del usuario, dos simulacros que *conversan*. ¿Cómo es la interacción hombre-dispositivo electrónico desde el modelo de la conversación textual? Desde una perspectiva sociosemiótica, la metáfora de 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 enunciativo y viceversa. Esta negociación se establece mediante el *contrato de lectura* que regula el intercambio (Verón, 1985 y 2004 [1988])²⁰:

²⁰ 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*,

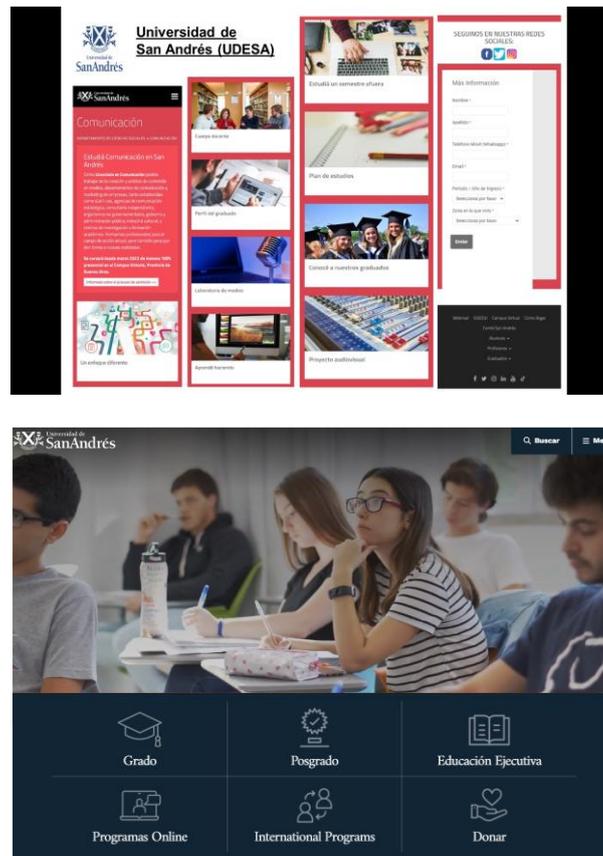
“En los medios impresos, la construcción del simulacro del lector no se realiza sólo a través del texto escrito. La mirada de un personaje de tapa, las características enunciativas de un subtítulo o la disposición de los contenidos constituyen importantes *huellas* útiles para la estructuración del *coenunciador*. Sin embargo, no se trata de sumar elementos aislados (textos escritos, compaginación, encuadre fotográfico, etcétera). Toda la *mise en page* guía la construcción del simulacro del lector (Scolari, 2004: 158)”.

Tomemos como ejemplo los Sitios Web universitarios. Son un género discursivo hipertextual que permiten al usuario acceder a diferentes bloques. La superestructura del género puede describirse como un mosaico: información, anuncios, actividades, productos, servicios, etc. No obstante, más allá de la diversidad de los contenidos de las secciones, la superestructura es un elemento cohesionador ya que, como en la primera plana de un diario, todos los contenidos mostrados son relevantes para el enunciatario imaginado o modelo. Las páginas web institucionales están contenidas en Sitios web que responden a intereses y objetivos corporativos y/o sociales. El conocimiento de la superestructura de un género y sus convenciones es uno de los aspectos más relevantes de los estudios semióticos ya que permite el ajuste entre las gramáticas de producción y el horizonte de expectativas en reconocimiento. Noten en las siguientes imágenes cómo el uso del color es un factor de coherencia y cómo a pesar de la diversidad de los contenidos y recorridos que propone la interfaz, todos ellos adquieren coherencia en función de un factor común: todas las informaciones allí expuestas son relevantes para el enunciatario.



Universidad Austral 2022: Quare Verum (buscar la verdad)

applications”. Paris: IREP. Y (2004 [1988]). “Prensa Escrita y teoría de los Discursos sociales” En Fragmentos de un tejido. Buenos Aires. Gedisa.



Universidad de San Andrés 2023 y 2024. Bandera de Escosia.
Cruz de San Andrés y cardo (símbolo de Escosia).

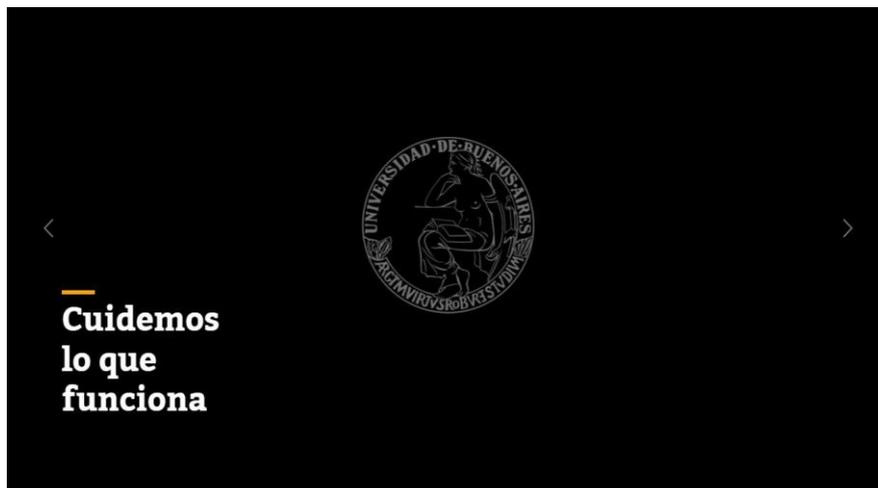
Estas *home-page* de portales de universidades y Carreras de Ciencias de la Comunicación sirven también para observar cómo se construye el enunciador: Instituciones de educación superior, con sus *ethos* de saber, sus escudos identitarios como insignias de una tradición, propuesta y promesa de la formación que ofrecen, sus preceptos legitimados por la Historia (uso del latín), su contrato asimétrico con recursos mitigadores de la distancia, para simetrizar el vínculo con el destinatario. Cómo construyen los Sitios Web universitarios a sus destinatarios? ¿joven? ¿estudiante? ¿académico? ¿erudito? ¿emprendedor? ¿empresario? ¿cliente?



Sitio Web de la Carrera de Ciencias de la Comunicación (FSOC-UBA) 2024

Antes CCOM, ahora COMU. Mucha más claridad en la disposición gráfica y puesta en relieve de lo que la institución quiere destacar.

<https://www.uba.ar/>



El Sitio Web de UBA, al día de hoy se muestra atravesado por la situación política. Desde el texto escrito, el símbolo del escudo en un lugar central²¹, el color negro del velo que lo recubre, interpela a un lector desde un contrato cómplice, en busca de empatía, de construir un lazo solidario. Noten la centralidad del escudo identitario: *Argentum virtus robur et studium* (la virtud argentina es la fuerza y el estudio).

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 discursiva” o “zona de competencia directa” donde el usuario o lector puede optar hoy más fácilmente que nunca entre distintos medios, 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

²¹ *Argentum virtus robur et studium* (La virtud argentina es la fuerza y el estudio).

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).

...

La clase próxima, del 14/05, vamos a desarrollar la circulación del sentido a partir de dos de sus géneros prototípicos: el rumor y el meme de internet. El Teórico de la noche será una clase abierta donde, vamos a presentar el libro de Jost, *Dígalo con memes* que tradujo estupendamente nuestro compañero, Ariel Gurevich. Los espero a todos entonces para ese evento. Habrá profesores invitados y una sorpresa que nos envía el autor.

Las lecturas indicadas son:

Jost, François (2023). *Dígalo con memes. De la parodia al mundo digital*. Cap 4. “El género en cuestión”. Buenos Aires: La Crujía. Traducción de Ariel Gurevich. https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1noZbBVyECsdw_hJJmqYHuxsS3O5bHY49

Kapferer, Jean Noël (1989). *Rumores. El medio de difusión más antiguo del mundo*. Buenos Aires: Emecé. Introducción y cap. 17, “El rumor político”.