

# INMEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN

PUBLICACIÓN SEMESTRAL - VOLUMEN 14/Nº1 - ENERO-JUNIO 2019

## INTERFACES Y MEDIATIZACIONES ENTRE INDIVIDUOS Y COLECTIVOS SOCIALES

### PRESENTACIÓN

**GASTÓN CINGOLANI**, Editor Invitado / Instituto de Investigación y Experimentación en Artes y Crítica, Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina / Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Argentina. MEDIATIZACIONES E INTERFACES SOCIALES ENTRE COLECTIVOS E INDIVIDUOS

### ARTÍCULOS

**MARIO CARLÓN**, Instituto Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina. INDIVIDUOS Y COLECTIVOS EN LOS NUEVOS ESTUDIOS SOBRE CIRCULACIÓN

**DAMIÁN FRATICELLI**, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA), Argentina. LOS COLECTIVOS MEDIÁTICOS DE LAS REDES. ALGUNAS OBSERVACIONES DESDE EL HUMOR ¿Y MÁS ALLÁ?

**SEBASTIÁN MORENO BARRENECHE**, Facultad de Administración y Ciencias Sociales, Universidad ORT Uruguay. LA PROYECCIÓN ONLINE DEL YO ENTRE INDIVIDUACIÓN Y COLECTIVIZACIÓN

**VÍCTOR HUGO VALENCIA GIRALDO**, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Pontificia Universidad Javeriana Cali (PUJ-Cali), Colombia. MATERIALES SENSIBLES. MEDIATIZACIONES EN EL CONFLICTO JUVENIL SEGÚN ALGUNAS OBRAS DE ANDRÉS CAICEDO ESTELA

**JULIÁN TONELLI**, Facultad de Ingeniería Informática, Universidad de Buenos Aires (UBA) y Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina. VIOLENCIA Y MUERTE EN LAS REDES SOCIALES: HACIA UN SNUFF 2.0

**DIEGO MATÉ**, Instituto de Investigación y Experimentación en Artes y Crítica, Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina. ESTRATEGIAS ENUNCIATIVAS DEL VIDEOJUEGO: CUATRO FIGURAS

**FRANCISCO HERNANDO ARRI**, Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social, Universidad del Salvador (USAL), Argentina. LEER CON LAS MANOS. UNA REVISIÓN SOBRE LOS ESTUDIOS HÁPTICOS

### MISECELÁNEAS

**ELISEO VERÓN**, Doctor de Estado (en lingüística), Université Paris-VIII, Francia. LOS PÚBLICOS ENTRE PRODUCCIÓN Y RECEPCIÓN. PROBLEMAS PARA UNA TEORÍA DEL RECONOCIMIENTO

**LAURENCE KAUFMANN**, Faculté des Sciences Sociales et Politiques, Université de Lausanne, Suiza. ¿EL FIN DE LAS MEDIACIONES? EL RECHAZO DE LA DEFERENCIA EN EL ESPACIO PÚBLICO CONTEMPORÁNEO

### ENTREVISTAS

LA MEDIATIZACIÓN EN PERSPECTIVA SEMIO-ANTROPOLÓGICA. ENTREVISTA A OSCAR TRAVERSA

### RESEÑAS

**LAURA AMARILLA**, Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica, Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina. CAPITALISMO DE PLATAFORMAS (Nick Srnicek. Editorial Caja Negra, 2018)

**FABIÁN BERGERO**, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional del Comahue (UNComa), Argentina. MÁQUINAS DE MENTIR. "NOTICIAS FALSAS" Y "POSVERDAD" (Daniel Mazzone. Editorial La Crujía, 2018)



# INMEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN

PUBLICACIÓN SEMESTRAL - VOLUMEN 14/Nº1 - ENERO-JUNIO 2019

---

## **INMEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN**

**(Inmediac. Comun.)**

Escuela de Comunicación

Facultad de Comunicación y Diseño

Universidad ORT Uruguay

Av. Uruguay 1185- 11100 - Montevideo, Uruguay

Tel. (00598) 2 902 1505

Fax. (0598) 2 908 0680

www.ort.edu.uy - <https://fcd.ort.edu.uy/>

Correo electrónico de contacto: [inmediaciones@ort.edu.uy](mailto:inmediaciones@ort.edu.uy)

<https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion>

Año de publicación 2019

ISSN 1510-5091 - ISSN 1688-8626 (en línea)

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1>

Publicación semestral de distribución gratuita.

Licencia Creative Commons



Las opiniones expresadas en los artículos, entrevistas y reseñas son de responsabilidad exclusiva de sus autores.

La reproducción y/o transcripción total o parcial de los artículos, entrevistas y reseñas publicadas en el volumen, sea realizada con fines académicos o informativos, deben estar siempre acompañadas de la cita de la fuente correspondiente.

## **AUTORIDADES ACADÉMICAS DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN**

**DECANO DE LA FACULTAD DE  
COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

ING. EDUARDO HIPOGROSSO

**SECRETARIO DOCENTE**

DR. HÉCTOR BAJAC

**COORDINADORA ACADÉMICA DE  
COMUNICACIÓN**

LIC. VIRGINIA SILVA PINTOS, MSC

**COORDINADOR ACADÉMICO  
DE AUDIOVISUAL**

MAG. GERARDO CASTELLI

**COORDINADOR ACADÉMICO DE PERIODISMO  
Y CONTENIDOS DIGITALES**

MAG. DANIEL MAZZONE

**COORDINADOR ACADÉMICO DE SONIDO**

TDS GUILLERMO MARCHESE

**CATEDRÁTICA DE PUBLICIDAD**

MONTSERRAT RAMOS

**CATEDRÁTICA ASOCIADA DE METODOLOGÍA  
DE LA INVESTIGACIÓN Y PROYECTOS FINALES**

LIC. MARÍA FORNI

**CATEDRÁTICO DE REALIZACIÓN**

**CINEMATOGRAFICA**

LIC. ÁLVARO BUELA

# INMEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN

PUBLICACIÓN SEMESTRAL - VOLUMEN 14/Nº1 - ENERO-JUNIO 2019

---

## **DIRECTOR**

**Lautaro Cossia**  
cossia@ort.edu.uy

## **EDITOR INVITADO**

**Dr. Gastón Cingolani**  
Editor Invitado / Universidad Nacional de  
las Artes / Universidad Nacional de La Plata  
Argentina

## **COMITÉ EDITORIAL**

**Virginia Silva Pintos**  
Universidad ORT Uruguay  
Uruguay

**Gerardo Castelli**  
Universidad ORT Uruguay  
Uruguay

**Daniel Mazzone**  
Universidad ORT Uruguay  
Uruguay

**Héctor Bajac**  
Universidad ORT Uruguay  
Uruguay

## **CONSEJO ASESOR**

**Patricia Bernal**  
Pontificia Universidad Javeriana  
Colombia

**José Carlos Lozano Rendón**  
Texas A&M International University  
Estados Unidos

**Erick Rolando Torrico Villanueva**  
Universidad Andina Simón Bolívar  
Estado Plurinacional de Bolivia

## **Perla Chinchilla**

Universidad Iberoamericana  
México

## **Martín Becerra**

Universidad Nacional de Quilmes  
Argentina

## **José Luis Fernández**

Universidad de Buenos Aires  
Argentina

## **Sandra Valdetaro**

Universidad Nacional de Rosario  
Argentina

## **Guido Vespucci**

Universidad Nacional de Mar del Plata  
Argentina

## **Antonio Fausto Neto**

Universidad de Vale do Rio dos Sinos  
Brasil

## **Ricardo Diviani**

Universidad Nacional de Entre Ríos  
Argentina

## **CORRECTOR ORTOGRÁFICO Y DE ESTILO**

René Fuentes

## **RESPONSABLE GRÁFICO**

Pablo González

## **DISEÑO WEB**

Andrea Castro y Fernando Benedictti

## **COLABORACIÓN ESPECIAL**

Adriana Fernández  
Ana Ruiz  
Rosana Izquierdo



*InMediaciones de la Comunicación (Inmediac. Comun.)* es una revista académica arbitrada e indexada que publica, desde 1998, la Escuela de Comunicación, de la Facultad de Comunicación y Diseño, de la Universidad ORT Uruguay. El propósito está centrado en la publicación de artículos originales e inéditos y en la difusión de la producción teórica e investigativa en el campo de la comunicación y en disciplinas afines. El contenido está dirigido a investigadores, docentes, estudiantes de grado y posgrado, poniendo en circulación materiales escritos que son previamente seleccionados por el Comité Editorial y evaluados a través del sistema doble ciego con la intervención de árbitros externos.

*InMediaciones de la Comunicación* tiene una política de acceso abierto, recibe textos en español, inglés y portugués, y los autores no pagan ningún costo por el procesamiento y el envío de los artículos. La revista se presenta en formato papel y en formato digital, ajustándose de ese modo a los estándares internacionales de las publicaciones académicas y *journals* nacionales e internacionales.

*InMediaciones de la Comunicación (Inmediac. Comun.)* is an indexed and arbitrated academic magazine that is published since 1998 by the School of Communications, Faculty of Communications and Design of Universidad ORT Uruguay. Its main aim is centred in the publishing of new, un-

published, articles and in the release of the theoretic and investigative production in the field of communication and other related areas. The content is aimed at researchers, undergraduate and postgraduate students, putting written material in circulation which is previously selected by the Editorial Council and evaluated with the double blind system with the intervention and cooperation of external arbitrators.

*InMediaciones de la Comunicación* has an open access policy, receiving texts in Spanish, English and Portuguese; the authors do not have to pay for the processing and delivery of the articles to the magazine. The magazine is presented in paper and in digital format thereby adjusting itself to the international standards of national and international academic magazines and journals.







# SUMARIO

## INTERFACES Y MEDIATIZACIONES ENTRE INDIVIDUOS Y COLECTIVOS SOCIALES

### PRESENTACIÓN

**GASTÓN CINGOLANI**, Editor Invitado / Instituto de Investigación y Experimentación en Artes y Crítica, Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina / Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Argentina. MEDIATIZACIONES E INTERFACES SOCIALES ENTRE COLECTIVOS E INDIVIDUOS ..... **17**

### ARTÍCULOS

**MARIO CARLÓN**, Instituto Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina. INDIVIDUOS Y COLECTIVOS EN LOS NUEVOS ESTUDIOS SOBRE CIRCULACIÓN ..... **27**

**DAMIÁN FRATICELLI**, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA), Argentina. LOS COLECTIVOS MEDIÁTICOS DE LAS REDES. ALGUNAS OBSERVACIONES DESDE EL HUMOR ¿Y MÁS ALLÁ? ..... **47**

**SEBASTIÁN MORENO BARRENECHE**, Facultad de Administración y Ciencias Sociales, Universidad ORT Uruguay. LA PROYECCIÓN ONLINE DEL YO ENTRE INDIVIDUACIÓN Y COLECTIVIZACIÓN ..... **65**

**VÍCTOR HUGO VALENCIA GIRALDO**, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Pontificia Universidad Javeriana Cali (PUJ-Cali), Colombia. MATERIALES SENSIBLES. MEDIATIZACIONES EN EL CONFLICTO JUVENIL SEGÚN ALGUNAS OBRAS DE ANDRÉS CAICEDO ESTELA ..... **85**

**JULIÁN TONELLI**, Facultad de Ingeniería Informática, Universidad de Buenos Aires (UBA) y Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina. VIOLENCIA Y MUERTE EN LAS REDES SOCIALES: HACIA UN SNUFF 2.0 ..... **109**

**DIEGO MATÉ**, Instituto de Investigación y Experimentación en Artes y Crítica, Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina. ESTRATEGIAS ENUNCIATIVAS DEL VIDEOJUEGO: CUATRO FIGURAS ..... **129**

**FRANCISCO HERNANDO ARRI**, Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social, Universidad del Salvador (USAL), Argentina. LEER CON LAS MANOS. UNA REVISIÓN SOBRE LOS ESTUDIOS HÁPTICOS ..... **151**

### MISECELÁNEAS

**ELISEO VERÓN**, Doctor de Estado (en lingüística), Université Paris-VIII, Francia. LOS PÚBLICOS ENTRE PRODUCCIÓN Y RECEPCIÓN. PROBLEMAS PARA UNA TEORÍA DEL RECONOCIMIENTO ..... **163**

**LAURENCE KAUFMANN**, Faculté des Sciences Sociales et Politiques, Université de Lausanne, Suiza. ¿EL FIN DE LAS MEDIACIONES? EL RECHAZO DE LA DEFERENCIA EN EL ESPACIO PÚBLICO CONTEMPORÁNEO ..... **181**

### ENTREVISTAS

LA MEDIATIZACIÓN EN PERSPECTIVA SEMIO-ANTROPOLÓGICA. ENTREVISTA A OSCAR TRAVERSA ..... **197**

### RESEÑAS

**LAURA AMARILLA**, Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica, Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina. CAPITALISMO DE PLATAFORMAS (Nick Srnicek. Editorial Caja Negra, 2018) ..... **219**

**FABIÁN BERGERO**, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional del Comahue (UNComa), Argentina. MÁQUINAS DE MENTIR. “NOTICIAS FALSAS” Y “POSVERDAD” (Daniel Mazzone. Editorial La Crujía, 2018) ..... **227**



# SUMMARY

## INTERFACES AND MEDIATIZATIONS BETWEEN INDIVIDUALS AND SOCIAL COLLECTIVES

### PRESENTATION

**GASTÓN CINGOLANI**, Guest Editor / Instituto de Investigación y Experimentación en Artes y Crítica, Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina / Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Argentina. MEDIATIZATIONS AND INTERFACES BETWEEN INDIVIDUALS AND SOCIAL COLLECTIVES..... **17**

### ARTICLES

**MARIO CARLÓN**, Instituto Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina. INDIVIDUALS AND COLLECTIVES IN THE NEW STUDIES ON CIRCULATION..... **27**

**DAMIÁN FRATICELLI**, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA), Argentina. THE MEDIA COLLECTIVES OF THE NETWORKS. SOME OBSERVATIONS FROM HUMOR, AND BEYOND?..... **47**

**SEBASTIÁN MORENO BARRENECHE**, Facultad de Administración y Ciencias Sociales, Universidad ORT Uruguay. THE ONLINE PROJECTION OF THE SELF BETWEEN INDIVIDUATION AND COLLECTIVIZATION..... **65**

**VÍCTOR HUGO VALENCIA GIRALDO**, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Pontificia Universidad Javeriana Cali (PUJ-Cali), Colombia. SENSIBLE MATERIALS. MEDIATIZATIONS OF JUVENILE CONFLICT BASED ON LITERARY WORKS OF ANDRES CAICEDO..... **85**

**JULIÁN TONELLI**, Facultad de Ingeniería Informática, Universidad de Buenos Aires (UBA) and Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina. VIOLENCE AND DEATH ON SOCIAL NETWORKS: TOWARDS A SNUFF 2.0..... **109**

**DIEGO MATÉ**, Instituto de Investigación y Experimentación en Artes y Crítica, Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina. ENUNCIATIVE STRATEGIES OF THE VIDEOGAME: FOUR FIGURES..... **129**

**FRANCISCO HERNANDO ARRI**, Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social, Universidad del Salvador (USAL), Argentina. READING WITH YOUR HANDS. A REVIEW ON HAPTIC MEDIA STUDIES..... **151**

### MISCELLANEOUS

**ELISEO VERÓN**, Doctor de Estado (en lingüística), Université Paris-VIII, Francia. AUDIENCES BETWEEN PRODUCTION AND RECEPTION. PROBLEMS FOR A THEORY OF RECOGNITION..... **163**

**LAURENCE KAUFMANN**, Faculté des Sciences Sociales et Politiques, Université de Lausanne, Switzerland. THE END OF MEDIATIONS? THE REJECTION OF DEFERENCE IN THE CONTEMPORARY PUBLIC SPHERE..... **181**

### INTERVIEWS

MEDIATIZATION IN SEMIO-ANTHROPOLOGICAL PERSPECTIVE. INTERVIEW WITH **OSCAR TRAVERSA**..... **197**

### REVIEWS

**LAURA AMARILLA**, Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica, Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina. CAPITALISMO DE PLATAFORMAS (Nick Srnicek. Editorial Caja Negra, 2018)..... **219**

**FABIÁN BERGERO**, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional del Comahue (UNComa), Argentina. MÁQUINAS DE MENTIR. "NOTICIAS FALSAS" Y "POSVERDAD" (Daniel Mazzone. Editorial La Crujía, 2018)..... **227**



# SUMÁRIO

## INTERFACES E MUDIATIZAÇÕES ENTRE INDIVÍDUOS E COLETIVOS SOCIAIS

### APRESENTAÇÃO

**GASTÓN CINGOLANI**, Editor Convidado / Instituto de Investigación y Experimentación en Artes y Crítica, Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina / Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Argentina. MUDIATIZAÇÕES E INTERFACES ENTRE INDIVÍDUOS E COLETIVOS SOCIAIS ..... **17**

### ARTÍGOS

**MARIO CARLÓN**, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina. INDIVÍDUOS E COLETIVOS NOS NOVOS ESTUDOS SOBRE CIRCULAÇÃO ..... **27**

**DAMIÁN FRATICELLI**, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA), Argentina. OS COLETIVOS MUDIÁTICO DAS REDES. ALGUMAS OBSERVAÇÕES A PARTIR DO HUMOR. E ALÉM DELE? ..... **47**

**SEBASTIÁN MORENO BARRENECHE**, Facultad de Administración y Ciencias Sociales, Universidad ORT Uruguay. A PROJEÇÃO ON-LINE DO EGO ENTRE INDIVIDUAÇÃO E COLETIVIZAÇÃO ..... **65**

**VÍCTOR HUGO VALENCIA GIRALDO**, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Pontificia Universidad Javeriana Cali (PUJ-Cali), Colômbia. MATERIAIS SENSÍVEIS. MUDIATIZAÇÃO NO CONFLITO JUVENIL SEGUNDO ALGUMAS OBRAS DE ANDRÉS CAICEDO ESTELA ..... **85**

**JULIÁN TONELLI**, Facultad de Ingeniería Informática, Universidad de Buenos Aires (UBA) e Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina. VIOLÊNCIA E MORTE NAS REDES SOCIAIS: RUMO A UM SNUFF 2.0 ..... **109**

**DIEGO MATÉ**, Instituto de Investigación y Experimentación en Artes y Crítica, Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina. ESTRATÉGIAS ENUNCIATIVAS DO VIDEOGAME: QUATRO FIGURAS ..... **129**

**FRANCISCO HERNANDO ARRI**, Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social, Universidad del Salvador (USAL), Argentina. LER COM AS MÃOS. UMA REVISÃO SOBRE OS ESTUDOS HÁPTICOS ..... **151**

### MISCELÂNEA

**ELISEO VERÓN**, Doutor de Estado (em linguística), Université Paris-VIII, França. OS PÚBLICOS ENTRE PRODUÇÃO E RECEPÇÃO. PROBLEMAS PARA UMA TEORIA DO RECONHECIMENTO ..... **163**

**LAURENCE KAUFMANN**, Faculté des Sciences Sociales et Politiques, Université de Lausanne, Suíça. O FIM DAS MUDIATIZAÇÕES? A REJEIÇÃO DA DIFERENÇA NO ESPAÇO PÚBLICO CONTEMPORÂNEO ..... **181**

### ENTREVISTAS

A MUDIATIZAÇÃO EM PERSPECTIVA SEMIOANTROPOLÓGICA. ENTREVISTA A OSCAR TRAVERSA ..... **197**

### RESENHAS

**LAURA AMARILLA**, Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina. CAPITALISMO DE PLATAFORMAS (Nick Srnicek. Editorial Caja Negra, 2018) ..... **219**

**FABIÁN BERGERO**, Universidad Nacional del Comahue (UNComa), Argentina. MÁQUINAS DE MENTIR. “NOTICIAS FALSAS” Y “POSVERDAD” (Daniel Mazzone. Editorial La Crujía, 2018) ..... **227**



INTERFACES Y  
MEDIATIZACIONES  
ENTRE INDIVIDUOS  
Y COLECTIVOS  
SOCIALES





# PRESENTACIÓN



# Mediatizaciones e interfaces sociales entre colectivos e individuos

Mediatizations and interfaces between individuals and social collectives

Midiatizações e interfaces entre indivíduos e coletivos sociais

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1.2883>

► GASTÓN CINGOLANI

[gastoningolani@gmail.com](mailto:gastoningolani@gmail.com) - Editor Invitado / Instituto de Investigación y Experimentación en Artes y Crítica, Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina / Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Argentina.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1075-7114>

## ¿NOVEDADES EN LAS FRONTERAS?

En la contemporaneidad, las mediatizaciones parecen ir expandiendo sus fronteras, habitando algunos espacios que antes eran poco o nada abarcados por ellas (¡a algunos de esos espacios hoy los llamaríamos *off line!*), y ofreciendo a cada momento posibilidades desconocidas. La perplejidad ante la novedad parece la figura más repetida, al punto de que se vuelve tonalidad general posada sobre el terreno de las disponibilidades mediáticas. Pero –para no embriagarnos de novedad con elixires fulgurantes, aunque poco sustanciosos– convendría indagar en los procesos de largo plazo. Sobre esa hipótesis conversamos junto con Mariano Fernández en la entrevista a Oscar Traversa para este volumen de *InMediaciones de la Comunicación* dedicado al tema: “Interfaces y mediatizaciones entre individuos y colectivos sociales”.

Contextualicemos: la cuestión de la novedad mediática se da en planos diferentes y no siempre convergentes. La perspectiva de la “larga trayectoria” (Verón, 2013, 2014) establece puntos de fuga donde convergen líneas complementarias: las operaciones de sentido y las escalas de organización humana. Viene bien recordar la sistematización que establece José Luis Fernández (2008) a propósito de la novedad mediática, de acuerdo con tres series: la de los dispositivos tecnológicos, la de los géneros y estilos, y la de las prácticas de “intercambios discursivos”<sup>1</sup> (2008, p. 33). Esto revela un verdadero carácter expansivo o “radial” de la innovación (Verón, 2013), que no se puede tomar como homogénea, ni como siempre iniciada desde lo tecnológico. Ni siquiera podríamos decir que su decurso es necesariamente progresivo: pese a las hipótesis de Marshall McLuhan, muchos de los “nuevos medios” no son otra cosa que el intento de restablecer operatorias que otros dispositivos de mediatización no incorporaban, pero que estuvieron desde siempre en intercambios no mediatizados.

Por mediatización entendemos todo proceso por el que se *exteriorizan las operaciones mentales* mediante algún procedimiento que permita trascender el tiempo, el espacio o la interrelación corporal plena, haciendo circular sentido materializado (Verón, 2013; Fernández, 1994; Traversa, 2014). La base inaugural de este tipo de proceso se registra en los amaneceres de la humanidad, hace más de dos millones de años, en la configuración, empleo y transmisión de útiles de piedra. Estos no eran mensajes propiamente dichos<sup>2</sup>. Si en aquel entonces, los personajes de época hacían circular discursos por el tiempo y/o el espacio con autonomía de sus autores o sus receptores, hoy no lo sabemos; es un pasado escasamente mediatizado.

El gran salto diferencial se produjo de la mano de las distintas variantes de trazados. Pero así como de ello resultaron mensajes hechos con la suficiente robustez física para trascender los tiempos y sus instancias receptoras, sus configuraciones ofrecen escasas –acaso nulas (Leroi-Gourhan, 1994)– posibilidades de interpretación extemporánea.

Ahora bien, la primera gran cohorte de instalación mediatizadora –la que configuró el progresivo pasaje de las sociedades con medios a sociedades mediatizadas (Verón, 2001)– se inició con mucha posterioridad, probablemente hace unos cinco siglos con la avanzada de lo impreso en occidente, con la escritura mecánica. Se extendió luego al producir las variantes visuales, sonoras y verbales de los mensajes circulantes, bajo el desarrollo de los medios “clásicos” que cubrieron los distintos tipos de registros (fónicos y/o visibles) de los hechos y sus componentes (la fotografía, la fonografía, el cine), así como las

1 En este punto, si no fuera por la alusión a Claude Lévi-Strauss que conlleva la designación propuesta por Fernández (2008), nos parecería asombrosamente inexacta, ya que, hablando con rigurosidad, en el sistema de mediatizaciones *broadcasting* lo que precisamente *no hay* es intercambio entre emisores (los medios) y receptores.

2 Debe rememorar aquí la advertencia que hace Verón (1997) –acudiendo a la diferenciación de Lévi-Strauss sobre los tipos de intercambios (1958)– a la pretensión de Régis Debray (1991) de considerar “medio” a cualquier cosa.

variedades de envíos de esos mensajes a distancia (la telegrafía, la telefonía y la tele-radiodifusión).

En el siglo que va solo del primer cuarto del XIX hasta el primero del XX, emergieron todos esos procedimientos tecnológicos. Pero con una asimetría: por un lado, a partir de la estabilización de sus formatos, cobraron vida lenguajes y estilos. Sus distintas combinaciones sintácticas expandieron las retóricas; lo visual y lo sonoro se acompañaron de muchas maneras; la verbalidad gráfica antecedió por mucho a su mediatización fónica y la asedió, hasta *saturar* –podría decirse– las variantes semióticas: se mediatizaron las representaciones por semejanza o por analogía (íconos), los contactos y las inmediateces del cuerpo y sus intersticios (índices), y las generalizaciones y estereotipias (símbolos), en diferentes dosis, completando la trilogía de Charles Peirce (Cingolani, 2019). Por otro lado, se fue asentando un modo de circulación particular: la mediatización “masiva”, funcionando como *broadcasting*, como diseminación, estableció los contornos de lo colectivo y de lo público, frente a la menos pregnante mediatización interindividual, que se mantuvo segregada, es decir, privada, aún con volúmenes crecientemente altos, desde el correo postal hasta la telefonía.

Una paradoja: pese al imperio *broadcasting*, el acceso a los discursos mediáticos obedecía a muchos comportamientos no mediatizados. Del *two-step flow* de Paul Lazarsfeld hasta las *mediaciones* de Jesús Martín-Barbero, fue creciendo el núcleo de interés de las mediatizaciones y la problemática de la recepción, giro que se acentuó en el último segmento del siglo XX, tal como lo expone el artículo de Eliseo Verón que aquí se publica por primera vez (*Los públicos entre producción y recepción: problemas para una teoría del reconocimiento*). Pero ese escrito de 2001 tiene otra cara, complementaria, de enorme interés: Verón detecta, en ese entonces, una suerte de anticipación de los medios tradicionales para hacer visibles las prácticas de los actores externos a los medios. Es así que revisa la vigencia de su teoría de la discursividad aplicada a los estudios del desfase entre producción y reconocimiento, cuando este se produce entre los medios masivos y sus consumidores, y establece el umbral conceptual para entrar a los estudios de las mediatizaciones entre individuos y colectivos: “¿Cómo conceptualizar los receptores? ¿En qué colectivos ubicarlos? En el contexto de la semiótica de Peirce estas cuestiones tocan a la teoría de los interpretantes”, plantea Verón en el artículo que *InMediaciones de la Comunicación* tiene el privilegio de compartir.

Por cierto, los medios masivos o el sistema *broadcasting*, en su conjunto, fueron muy prolíficos en lenguajes, pero también algo estrechos en sus modos de establecer contacto. Sobre esto último, el crecimiento estuvo ligado a interpelar a diferentes colectivos, dando lugar a agrupamientos de mensajes y también segregaciones de ámbitos, mercados, sectores, colectivos, pero manteniendo primordialmente el desarrollo de la discursividad “de uno a muchos”, con enorme dependencia de las variadas condiciones de su recepción en interpretación.

Hasta la finalización del siglo XX, toda esta gran etapa estuvo caracterizada por el mejoramiento de las calidades tecnológicas (la búsqueda de la alta definición) y el abaratamiento de los costos de producción y distribución (ampliando los mercados, aunque sea invocando la libertad de prensa y de expresión). Al parecer, es en la tercera serie, la de las prácticas (ahora sí “de intercambios discursivos”) donde proliferan las mayores novedades. Muchas de las actividades que tenían lugar entre actores sociales con referencia a mediatizaciones, no eran –como tales– mediatizadas: comentar sobre política, prodigar fantasías sobre los personajes de época, asumir fronteras estilísticas sobre modos de vida, transformar gustos y preferencias en comentarios o en compras, etc. Esto dio visibilidad a nuevas formas de la individualidad y, por supuesto, a nuevas instancias de producción de colectivos. El artículo de Laurence Kaufmann (*¿El fin de las mediaciones? El rechazo de la deferencia en el espacio público contemporáneo*) se mete con el desafío de las mediatizaciones en la actualidad: el actual río revuelto hace emerger fenómenos (acaso) nuevos, ¿y retornar a los conceptos clásicos? Si la representación en las democracias altamente mediatizadas está en crisis, no es porque alguna vez haya habido una representación perfecta, sino porque la misma se constituyó sobre una base del espectáculo mediatizado que ahora es otro. Movimientos anti-sistema (el caso del hacktivismo de *Anonymus*) y representantes paradójicamente pro-sistema autorreferenciados como anti-sistema (el candidato electo *Donald Trump*), se reencuentran en colectivos paranoicos frente a entornos mediáticos que se juzgan amenazantes.

### CÓMO TRATAR ESTOS DESAFÍOS

No bien hubo espacio para la mediatización de discursos de individuos, comenzaron a crecer en importancia fenómenos de producción por parte de seres “anónimos”, en espacios de circulación de fuerte coexistencia con producciones profesionales. En ese sentido, los trabajos de Mario Carlón (*Individuos y colectivos en los nuevos estudios sobre circulación*) y de Damián Fraticelli (*Los colectivos mediáticos de las redes. Algunas observaciones desde el humor ¿y más allá?*) ofrecen dos caras complementarias de este florecimiento. Carlón presenta y defiende el interés del giro hacia la circulación (*circulation turn*), a partir de algunos casos específicos de intervención de individuos que prodigan –luego– interacciones y conformaciones colectivas que no emergen “desde arriba” (es decir, desde la interpelación de los medios tradicionales) sino “desde abajo”, como iniciativas que corren el histórico centro de la agenda mediática, trazando distintas modalidades de circulación. Fraticelli, por su parte, incorpora la noción de “colectivos hipermediáticos”, caracterizados por tres aspectos, a saber: “la convergencia de un público mediatizado, la individuación de sus integrantes y una interacción con baja mediación institucional habilitada a promover saltos de escala”. Estos dos artículos trabajan sobre lo que está su-

cediendo no de espaldas, sino en tensión con la mediatización masiva. Las interfaces como fronteras son espacios de colisión, en los que se encuentran variablemente elementos de los que no está tan claro a cuál de los espacios segregados por ella pertenecen. Esa interfaz, sin embargo, no separa ya solamente entre lo mediatizado y lo no mediatizado; también entre lo individual y lo colectivo, y entre lo público y lo privado.

Por su parte, el artículo de Sebastián Moreno Barreneche (*La proyección online del yo entre individuación y colectivización*) describe algunas formas de mediatización de la identidad individual maniobradas por los propios usuarios: se trata de comprender otras variantes semióticas del yo, siempre tensadas entre lo individual y lo colectivo, que –no por mediatizadas– resultan más “distorsivas” o “intensas” que en las prácticas *offline*.

La circulación no solo es lo que los (antiguos) “receptores” hacen con los (antiguos) “medios”, sino sobre todo la red compleja de discursos que se remiten entre sí, se leen, se escuchan, se critican, se transforman: el arduo trabajo que se tomó Víctor Hugo Valencia Giraldo (*Materiales sensibles. Conflictos juveniles en épocas de mediatizaciones digitales*) reconstruye una serie de recorridos entre una producción literaria de los años 1970, que tematiza conflictos juveniles, y sus apropiaciones actuales por parte de jóvenes usuarios de redes que se reagrupan y organizan como colectivos de lectores.

El artículo de Julián Tonelli (*Violencia y muerte en las redes sociales: hacia un Snuff 2.0*), también se ocupa de un caso especial de circulación, el de una figuración siempre liminal: la muerte en escena. Registrada en dispositivos audiovisuales distintos (filmico o en cinta de video en un caso, capturadoras digitales en otro), y distribuida en circuitos también diversos (el cinematográfico en sus versiones de sala, videohome o de cadenas televisivas, en un caso; las redes asentadas en Internet, en el otro), la muerte en escena abre otra dimensión de la espesura de la interfaz vincular individuo-colectivo. ¿Quién enuncia? ¿La tecnología, la evasión de la censura, el riesgo individual de producir o consumir muerte filmada? Lo inquietante, lo abyecto incluso, no es solo lo figurado, sino también sus maneras de enunciar y sus modos de circulación.

Dos trabajos completan la sección Artículos, cuyos aportes, pese a –¿o gracias a?– sus especificidades, ejemplifican la necesidad de ampliar algunos panoramas macro. Diego Maté (*Estrategias enunciativas del videojuego*) traza un camino de descripción sobre los modos de interpelar por parte de videojuegos. El interés del trabajo no remite solo a que algunos de esos modos fueron desatendidos por los estudios sobre videojuegos (*game-studies*), quizás por considerarse típicos de otros lenguajes y artes, sino a que amplía el espectro de comprensión de los niveles de interpelación que abre: luego de su lectura, no podemos evitar pensar en la cantidad de horas de transmisión en directo por las redes de jugadores de videojuegos y su enorme éxito de audiencia de espectadores que no juegan, fenómeno actual que reclama pronta atención.

Finalmente, Francisco Arri (*Leer con las manos: una revisión sobre los estudios hápticos*) produce un estado del arte sobre un campo poco pero diversamente explorado: los estudios sobre la interrelación entre usuarios (lectores, espectadores, receptores) y las pantallas a través de la disposición táctil. El círculo se cierra: aquellos primigenios instrumentos líticos, soportes de las primeras operaciones de sentido y socialización de las que se tiene registro, exigían tanto o más una interfaz manual que visual o auditiva, tal y como las habilidades escriturales posteriores y el manejo de las pantallas contemporáneas.

Como efecto de conjunto, todos estos artículos combinan en sus análisis sobre variadas instancias de las interfaces mediatizadas entre individuos y colectivos, no solo lecturas en clave cultural, sino una sugestiva reivindicación de la dimensión antropológica en el nivel de la especie.

Este volumen de *InMediaciones de la Comunicación* se completa con dos reseñas que no dudamos en calificar de urgentes, como sus libros reseñados. Laura Amarilla nos trae su lectura de *Capitalismo de plataformas* de Nick Srnicek, un análisis de la crisis contemporánea sobre la cuestión laboral, tan económica como humana y mediática. Por su parte, Fabián Bergero reflexiona sobre *Máquinas de mentir*. “Noticias falsas” y “posverdad”, de Daniel Mazzone, a propósito del doble desplazamiento, el de la desintegración de la confianza de los lectores en los medios periodísticos clásicos, y el de su atención creciente a las plataformas. Trabajo y verdad, dos problemáticas en los que colectivos e individuos rehacen sus relaciones mediatizadas.

Evidentemente, queda mucho por investigar al respecto, pero deseamos que el volumen apronte el esfuerzo colectivo de comprender desde los detalles, el devenir complejo de nuestra contemporaneidad.

## REFERENCIAS

- Cingolani, G. (2019). Cuerpos y Redes. Una lectura de las teorías de la discursividad y de la mediatización de Eliseo Verón. *DeSignis*, 29. (Inédito - en prensa).
- Debray, R. (1991). *Cours de médiologie générale*. Paris: Gallimard.
- Fernández, J. L. (1994). *Los lenguajes de la radio*. Buenos Aires: Atuel.
- Fernández, J. L. (2008). Introducción. La construcción de lo radiofónico: modos de producción de la novedad discursiva. En *La construcción de lo radiofónico* (pp. 9-73) Buenos Aires: La Crujía.
- Leroi-Gourhan, A. (1994). *Las religiones de la prehistoria*. Barcelona: Laertes.
- Lévi-Strauss, C. (1958). *Anthropologie structurale*. París: Plon.



- Traversa, O. (2014). *Inflexiones del discurso. Cambios y rupturas en las trayectorias del sentido*. Buenos Aires: Santiago Arcos.
- Verón, E. (1997). Esquema para el análisis de la mediatización. En *Diálogos de la Comunicación*, 48, 9-16
- Verón, E. (2001) El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica. En *El cuerpo de las imágenes* (pp. 13-40). Buenos Aires: Norma.
- Verón, E. (2013). *La semiosis social, 2: ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.
- Verón, E. (2014). Mediatization theory: a semio-anthropological perspective and some of its consequences. In Lundby, K. (ed.), *Mediatization of Communication* (pp. 163-172). Berlín & Boston: De Gruyter Mouton.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

#### IDENTIFICACIÓN DEL EDITOR INVITADO

**Gastón Cingolani.** Doctor (especialidad Lingüística) por la Universidad de Buenos Aires (UBA), Magister en Diseño de Estrategias en Comunicación por la Universidad Nacional de Rosario (UNR) y Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Argentina. Director del Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica (IIEAC) de la Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina. Es profesor de grado y posgrado en comunicación, semiótica y medios en el Área de Crítica de Artes de la UNA y en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. Desde 2007 dirige proyectos de investigaciones sobre mediatización y prácticas estéticas. Publicó los libros *Discursividad Televisiva* (Edulp, 2006, como editor y coautor) y *Cristina, un espectáculo político* (Prometeo, 2019, con Mariano Fernández), además de numerosos artículos en publicaciones periódicas y libros. Actualmente codirige un proyecto de organización y análisis del archivo documental personal de trabajos de Eliseo Verón (IIEAC, UNA).



# ARTÍCULOS



# Individuos y colectivos en los nuevos estudios sobre circulación

## Individuals and collectives in the new studies on circulation

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1.2884>

### ► MARIO CARLÓN

mariocarlon895@gmail.com - Instituto Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina.

Fecha de recepción: 30 de marzo de 2019

Fecha de aceptación: 15 de mayo de 2019

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5303-1308>

### RESUMEN

Este trabajo destaca la importancia de los nuevos estudios sobre circulación del sentido para una conceptualización de lo contemporáneo. En un contexto en el que ya no sólo los medios y las instituciones construyen los colectivos, sino que *individuos y colectivos* también lo hacen, se propone demostrar apelando a distintos estudios realizados en Argentina y Brasil que estos nuevos estudios son capaces -a partir de la especificidad que les brinda su focalización en los procesos

de mediatización y de circulación del sentido- de dar cuenta de fenómenos claves de la transformación actual de la sociedad.

**PALABRAS CLAVE:** *circulación, mediatización, colectivos, individuos, contemporáneo.*

### ABSTRACT

This work highlights the importance of new studies on the circulation of meaning for a conceptualization of the contemporary. In a context in which not only the media and institutions build collectives, but also individuals and collectives, it is proposed to demonstrate by appealing to different studies carried out in Argentina and Brazil that these new studies are capable from the specificity offered by their focus on the processes of mediatization and circulation of meaning, to account for key phenomena of the current transformation of society.

**KEYWORDS:** *circulation, mediatization, collectives, individuals, contemporary.*

## 1. LA TRANSFORMACIÓN DE INDIVIDUOS Y COLECTIVOS A TRAVÉS DE PROCESOS DIACRÓNICOS DE CIRCULACIÓN

En los últimos años se han producido importantes avances en los estudios sobre *mediatizaciones* y de la *circulación*. Si en la década del noventa, es decir, en la posmoderna era de los medios masivos, la pregunta acerca de cómo se construyen los *colectivos* recibía como respuesta que quienes los construían eran las instituciones y los medios<sup>1</sup>, que también eran instituciones, mientras que en estos últimos años hemos aprendido que quienes se encuentran en *reconocimiento*, es decir, *individuos* y *colectivos*, también pueden construir colectivos.

Establecido este complejo cambio de escenario, sobre el cual se volverá enseguida, este trabajo se propone avanzar en otra dirección. No sólo se trata de demostrar que hay nuevos enunciadores que son capaces de construir colectivos, sino cómo a través de ese proceso, habilitado por la nueva mediatización y circulación, los involucrados se transforman de distintos modos a partir de su interacción con los demás. Y de que ese proceso puede ser circunscripto y estudiado a través de dispositivos analíticos capaces de dar cuenta de múltiples mutaciones en diacronía. La hipótesis que se acaba de enunciar es importante, porque si puede ser demostrada, permitirá avanzar un paso más en la determinación acerca de cómo se está constituyendo, más allá de las sociedades moderna y posmoderna, una *contemporánea*<sup>2</sup>. ¿Acaso no es a través de la transformación de las instituciones, los medios, los colectivos y los individuos y de su relación entre sí como se constituye otra vida social?

Para demostrar esta hipótesis es necesario realizar una pequeña revisión. Es que si bien es cierto que vivimos en una etapa fundacional de los nuevos estudios sobre circulación, este hecho no impide que empiecen a tener su propia historia. Esa revisión se justifica además porque permitirá recuperar ciertas hipótesis sobre las transformaciones que afectan a los enunciadores cuando acontecen saltos hipermediáticos; es decir, cuando los contenidos viajan de un sistema de medios a otro (por ejemplo, desde el sistema de las redes sociales mediáticas al de los medios masivos y viceversa). Son hipótesis sobre las transformaciones que viven los enunciadores en específicos procesos espaciotemporales de mediatización y circulación que no sólo son válidas para estudiar estos saltos inter-sistémicos, sino también para conceptualizar procesos intra-

1 Esta respuesta puede encontrarse, con sus propios lenguajes, tanto en el campo de los estudios nórdicos (Hjarvard, 2014 [2013]) como en el de perspectiva fundada por Eliseo Verón (1997, 2013).

2 Sociedad contemporánea que hemos conceptualizado a partir del hecho de que tiene, como mínimo, dos sistemas mediáticos, el de los medios masivos y el basado en Internet y las redes telefónicas –sociedad *hipermediatizada*– (Carlón, 2016a, 2016b). Es una denominación que puede, obviamente, articularse con otras miradas, como la que realiza Antonio Fausto Neto (2010) continuando las observaciones posmodernas de Verón (2001 [1984]), quien distinguía una sociedad mediática de una mediatizada (“en vías de mediatización”). Neto continúa con la denominación *veroniana* “en vías de mediatización”, pero lo importante es advertir que algunos de sus trabajos Neto (2017), e incluso tesis dirigidas por él (Sgorla, 2015; Pedroso Silva, 2015; Weschenfelder, 2019), atienden a la circulación entre los dos sistemas mediáticos, el de los medios masivos y el de las redes sociales. Como siempre, lo importante no es registrar si hay distintas denominaciones, sino que los registros de esas distintas denominaciones no impidan ver los análisis y conceptualizaciones que poseen puntos de contacto entre sí.

sistémicos (entre distintos medios masivos o entre diferentes redes sociales) e, incluso, los saltos que hacia esos sistemas se producen desde “aplicaciones” como *Whatsapp*.

## 2. ANTECEDENTES DE LOS NUEVOS ESTUDIOS SOBRE CIRCULACIÓN

Los avances que se han realizado en estos años no se hubieran producido si autores como Fausto Neto no hubieran retomado algunos textos claves de Verón. Cuando Fausto Neto publicó en 2010 *Circulação alem das bordes*, muchos investigadores y analistas se encontraban en la efervescencia producida por el debate sobre el “fin” de los medios masivos, en el que participó el propio Verón (Carlón & Scolari, 2009). Es lo bueno de participar en una escena regional: que los autores comparten su propia agenda de investigación.

En ese trabajo, Fausto Neto (2010) recuperó lo que Verón desarrolla en *Semiótica abierta* (Verón & Boutaud, 2007), obra que adelanta muchos de los planteos que luego formalizó en *La semiosis social 2. Ideas, momentos interpretantes* (Verón, 2013). Y propuso una noción que ha demostrado ser muy fecunda, la de *zona de contacto*, que parte entender que “nuevas condiciones de circulación afectan las lógicas de las instituciones productoras y de los sujetos receptores” (Fausto Neto, 2010, p. 14). El estudio de la zona de contacto implica la atención a un nuevo ambiente interaccional en el que el espectador es inscripto en un proceso de interacción por la institución emisora.

En estos últimos años, investigadores como Fabiane Sgorla (2015) y Daniel Pedroso Silva (2015), muchas veces en colaboración con Fausto Neto (Sgorla & Neto, 2013), han producido importantes avances a partir de esos planteamientos. Entre ellos hay dos nociones, la de *protocolos de incursión* y la de *protocolos de inducción*, que se han mostrado muy productivas: los protocolos de inducción buscan “dar cuenta de las formas por las cuales la actividad discursiva de los actores sociales es accionada por la televisión (modos en que suministran instrucciones y reglas de participación, etapa pedagógica)” (Pedroso Silva, 2015, p. 125). Los de incursión, en cambio, se refieren a las formas como la actividad discursiva de los espectadores es procesada por la televisión y transformada en un discurso televisivo. Aplicadas al estudio de casos como la telenovela “*Cheias de charme*” (Pedroso Silva, 2015), el estudio de estos protocolos permitió establecer cómo la institución televisiva suministró reglas para la participación en un concurso para empleadas domésticas y seleccionó cuál de ellas iba a ser entre todas las elegidas. Más adelante se volverá sobre estos protocolos, que han comenzado a ser aplicados al estudio de otros casos, para determinar cómo colaboran en la construcción de colectivos (Weschenfelder, 2019) por parte de enunciadores individuales que se vuelven *celebrities*.

De cualquier manera, el impulso definitivo para los nuevos estudios sobre circulación iba a llegar en 2016. En 2013 Verón había realizado una propuesta

temática a la Diretoria de CISECO<sup>3</sup> para la realización de un próximo Simposio, a realizarse en 2014. El tema fue agendado, pero el Simposio se realizó dos años después, en 2016, cuando Verón había fallecido. El *VII Pentálogo de CISECO* tuvo como título el que había propuesto Verón: “A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento”. En ese Simposio se debatió sobre circulación en campos diversos<sup>4</sup>. El debate y el entusiasmo suscitado hizo que siguiente Simposio también fuera dedicado a la circulación: el título de la convocatoria al VIII Pentálogo de CISECO fue “Circulação discursiva e transformação da sociedade”<sup>5</sup>. En la Presentación del libro que compila los resultados de dicho Simposio, llevado a cabo en 2017, se plantea que estamos viviendo un *circulation turn*:

Si los años noventa fueron un periodo en el que recepción-consumo-reconocimiento de los discursos mediáticos pasaron al centro de las preocupaciones de los investigadores de América Latina, ahora llegó el problema de la circulación discursiva. *Circulation turn*, si así es posible nominar, es provocado en gran parte por el fenómeno de Internet (y, dentro de él, de la web.2.0 y, más recientemente, por las redes sociales). (2017, p. 7)

Dos cuestiones al menos se desprenden de esa referencia. La primera es que parece especialmente interesante que el *circulation turn* se introduzca con tanta delicadeza, a través de una pregunta (“si es posible denominar”) cuya respuesta, por supuesto, y aunque sea parcialmente, aún se ignora. La segunda tiene que ver con la asociación entre circulación y transformación de la sociedad, que establece la ambición temática de la propuesta de la Diretoria de CISECO. Se comparte plenamente esta asociación: no es sólo la emergencia de un nuevo sistema mediático –con base en Internet y las redes telefónicas– el que está provocando la transformación de la sociedad, como plantean ciertas perspectivas tecnologicistas y las que ponen acento en lo que “los medios hacen con la sociedad”, que conceptualizan como medios actualmente a las grandes corporaciones globales (*Google, Facebook, etc.*)<sup>6</sup>.

Como lo están demostrando los nuevos estudios sobre circulación del sentido, y tal como se verá a continuación a partir de la referencia de investigaciones específicas, la utilización de esos medios hace que la sociedad esté

<sup>3</sup> CISECO es el Centro Internacional en Semiótica y Comunicación con sede en Japaratinga, Brasil, fundado por Eliseo Verón y Antonio Fausto Neto que tuvo su primera edición en 2009. Desde entonces sus Simposios se desarrollan en cinco días bajo el nombre de *Pentálogos*.

<sup>4</sup> Se discutieron temas como la circulación en el campo del arte (Silva; Ramos), la economía (Libenson; Sodré), la salud (Araújo & Aguiar), la moda (Traversa), la política (Russi; Guimaraes Correa; Fausto Neto; Heberlé), la ciencia (de Cheveigné), los sitios de recomendación (Cingolani). José Luiz Braga (2017) presentó “Circulacao & circuitos”, mientras que una contribución a los temas planteados puede verse en Calón (2017). Los trabajos se publicaron en el volumen *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*, coordinado por Paulo César Castro.

<sup>5</sup> Véase: <http://www.ciseco.org.br/index.php/noticias/373-livro-circulacao-discursiva-e-transformacao-da-sociedade>

<sup>6</sup> Un ejemplo es el libro de Eli Pariser (2017 [2011]) titulado: *El filtro burbuja. Como la red decide todo lo que leemos y lo que pensamos*.



transformándose también a sí misma deviniendo, gracias a ese proceso –más allá de las sociedades moderna y posmoderna–, en sociedad contemporánea. Este hecho brinda a los estudios sobre lo que “la sociedad hace con los medios” un lugar específico en los análisis actuales sobre medios y comunicación.

### 3. DOS DESARROLLOS DE LOS NUEVOS ESTUDIOS SOBRE CIRCULACIÓN

Existen hoy dos grandes desarrollos de los nuevos estudios sobre circulación del sentido y ambos parten de la emergencia y consolidación de un nuevo sistema mediático basado en las redes telefónicas e Internet. Desde el punto de vista aquí planteado, ambos son complementarios.

El primero se basa en el enfoque que Verón sostuvo en los últimos años de su vida y aparece desarrollado con claro énfasis en el capítulo dedicado a Internet, “La revolución del acceso”, en *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes* (2013a). Allí plantea que:

Desde el punto de vista de la historia de la mediatización, lo que nos interesa es que la WWW comporta una mutación en las condiciones de acceso de los actores individuales a la discursividad mediática, produciendo transformaciones inéditas en las condiciones de circulación. (2013a, p. 281)

El segundo, complementario del enfoque de Verón, pone el acento en el cambio que se produce en la circulación a partir de la emergencia de nuevos enunciadores capaces de producir discursos públicos, hacerlos circular y construir colectivos: los individuos y los colectivos<sup>7</sup>. Es posible incluir aquí diversos trabajos desarrollados en estos años en Brasil, por ejemplo, “A circulação do sofrimento. Visibilidade e protagonismo em novas configurações comunicacionais” (Soares de Araujo, Lerner, Aguiar & Protasio, 2018), y la tesis doctoral de Aline Weschenfelder (2019). También se incluyen en esta línea las investigaciones –sobre los colectivos construidos por nuevos enunciadores– desarrolladas, por ejemplo, por el equipo de trabajo “Semióticas en Redes” de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina<sup>8</sup> o en el marco de proyectos UBACyT (subsídios a la investigación en el área Ciencia y Tecnología de la UBA). En los próximos apartados se hará referencia, aunque de manera sintética y esquemática, a algunas de las investigaciones realizadas o en pleno desarrollo<sup>9</sup>.

7 Hay, por supuesto, otros enunciadores, originalmente “intermediarios”, como *Netflix* y *Spotify*, que cada vez más derivaron en productores y curadores de contenidos. Un análisis de uno de ellos, *YouTube*, entre las plataformas y los medios masivos, puede verse en: Carlón, 2016a. En este artículo no se hará foco en dicho tema.

8 Véase: <http://semioticaderedes-carlon.com/>

9 Es probable que el trabajo *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación* (Carlón y Fausto Neto, 2012) constituya un pequeño hito en el desarrollo de estos estudios. Al proponerse dar cuenta de las formas de participación de los internautas, desplazando la discusión de la escena de producción a la producción que venía desde el reconocimiento, el debate se aceleró. Así que ese libro constituye, tal vez, una “foto” de las posibilidades y límites de un momento analítico en el que nuevas preguntas, en nuevos contextos, estaban emergiendo. Valga

## 4. LA TRANSFORMACIÓN DE LA “ESCENA COMUNICACIONAL” DE LA ERA DE LOS MEDIOS MASIVOS

### 4.1. Cómo un enunciador individual *amateur* y anónimo construyó un colectivo

Un trabajo presentado en *V Pentálogo de CISECO*, compilado luego por Castro (2015) en el libro *Dicotomía público/privado: estamos no caminho certo?*, determinó –en lo personal, para el autor de este artículo– el pleno involucramiento en esta nueva etapa de los estudios sobre circulación. En aquel trabajo, Carlón (2015a), se intentó realizar una “descripción densa” de distintos momentos de la circulación de lo producido y publicado por el proyecto “Chicas bondi”<sup>10</sup>. El interés principal era demostrar que un enunciador individual anónimo sin ninguna capacidad pre-existente para construir un colectivo podía llevar a cabo esa acción utilizando las redes sociales. La elección del caso no era inocente: era de un enunciador individual puesto en producción, no en reconocimiento. Hacia el final del trabajo se afirma:

El modelo de análisis de la comunicación de la era de los medios masivos nos dice que la comunicación parte de dispositivos socio-institucionales a colectivos de actores individuales (Verón, 2013). La dirección comunicativa es descendente. Ahora bien, un proyecto *ascendente* como “Chicas bondi”, generado por un ‘autor’ individual, genera nuevos problemas a considerar... Cuando el Centro de Protección de Datos Personales de la ciudad de Buenos Aires produce el dictamen, señala que el proyecto cuenta ya con más de 30.000 seguidores, lo cual hace suponer que cierto colectivo de actores individuales, sea cual sea la razón por la cual se han decidido a hacerlo, se ha constituido en torno a él (Carlón, 2015a, p. 229).

.....  
como ejemplo el análisis allí realizado por Carlón (2012), quien analiza cómo se organizan dos colectivos en el marco de una votación parlamentaria (“Ley de matrimonio Igualitario”) transmitida por la televisión abierta. Allí Carlón reconoce un colectivo *progresista* (en el que participaban Néstor Kirchner -presidente argentino entre 2003 y 2007-, Miguel Pichetto –senador nacional, por entonces *kirchnerista* y hoy candidato a vicepresidente por el espacio encabezado por el presidente Mauricio Macri–, la *Federación Argentina de Lesbianas, Gays, Bisexuales y Trans –FALGBT–*, la Comunidad Homosexual Argentina –CHA– y el diario *Página/12*) y otro *conservador* (en el que se encontraban el Arzobispo de Buenos Aires Jorge Bergoglio –el actual Papa Francisco–, el periodista Mariano Grondona, Liliana Negre de Alonso –diputada nacional–, Alfredo Olmedo –diputado nacional–), y *dos discursos*: según el discurso conservador debía respetarse el orden pre-existente, divino y natural; según el progresista era necesaria una refutación del orden natural y avanzar en la secularización a partir del concepto de igualdad. De cualquier manera, en aquel trabajo no se da cuenta teóricamente de la novedad del objeto construido: se circunscribe la divergencia entre el discurso institucional de los medios, los representantes del poder y el que llegaba de los internautas de las redes, pero no se procesa este fenómeno a través de un dispositivo analítico específico para dar cuenta de la nueva circulación y se analiza cómo discursos que vienen “desde abajo” llegan a la pantalla de televisión, pero aún no se señala que hay una dirección comunicacional *ascendente* (en contraposición a otras). Es decir, es un momento en el que ya estaban presentes la mayor parte de las cuestiones que se han discutiendo en estos años, pero que teóricamente no se habían explicitado. Este comentario no pretende más que poner en evidencia cómo nos costó avanzar teóricamente hasta llegar a construir un marco y objetos que hoy, en parte, hemos naturalizado. Y pretendo ser también una muestra de por qué es válido hablar de “nuevos estudios sobre la circulación”.

<sup>10</sup> “Chicas bondi” fue proyecto fotográfico que retrataba a jóvenes, “sin pose y sin permiso”, tal como declara su polémico eslogan, que se desplazaban en ómnibus en la ciudad de Buenos Aires. Esas fotografías luego eran publicadas en las redes sociales mediáticas (en *Twitter, Facebook, Tumblr, Instagram* y en un *blog*) con el propósito de hacer circular esas imágenes “espontáneas de la realidad”. Las redes sociales les dieron particular visibilidad a dichas capturas, algo que Carlón (2015a) analizó en el artículo “Público, privado e íntimo: el caso Chicas Bondi y el conflicto entre derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea”.

A partir de entonces siguieron otros trabajos, uno de 2016 en el que se intentó formalizar un dispositivo analítico para el análisis de la circulación concentrado en la dimensión *temporal* (Carlón, 2016b), y otro de 2017 en el que se propuso una herramienta de análisis *espacial* en el que se presentaron ciertas hipótesis acerca de las *transformaciones* que se producen en los *saltos de escala hipermediáticos*; es decir, las que acontecen cuando los contenidos viajan entre las redes sociales y los medios masivos, sobre las cuales enseguida vamos a volver (Carlón, 2017). Ambos trabajos se valen de algunos aspectos de la investigación realizada a la hora de analizar el proyecto “Chicas bondi”, de allí que retomemos su referencia.

En esa etapa, el colectivo construido a partir de un proceso de comunicación *horizontal*, entre pares, no era homogéneo, pero tampoco estaba fragmentado. Los comentarios sobre las fotos publicadas por “Chicas bondi” eran variados y reposaban en diferentes cuestiones: las “chicas”, su semejanza con las *celebrities*, la calidad de las fotografías. Lo interesante es que, en primer lugar, a través de una circulación horizontal, “Chicas bondi” generó un colectivo mediatizado. En segundo lugar, activó a otro colectivo, pre-existente: la organización feminista contra el acoso callejero “Hollaback Buenos Aires”: en mayo de 2012 la organización entabló un debate en las redes con el responsable de “Chicas bondi”, luego de que una actriz argentina, Carla (*Calu*) Rivero, retuiteara un *tuit* de “Chicas bondi” contenta porque se había publicado una fotografía de su prima. Por entonces el proyecto gozaba del elogio de los medios masivos, aunque luego de ese cruce polémico, y el acuerdo con “Hollaback” para que cese el “escrache” de la página, “Chicas bondi” se comprometió a empezar a pedir permiso a las fotografiadas antes de publicar sus imágenes en Internet. Sin embargo, una encuesta que el administrador de “Chicas bondi” realizó con su colectivo, determinó que sus seguidores preferían que las fotografías sean publicadas sin pedir permiso y en el anonimato, razón por la cual se quebró el acuerdo con “Hollaback”.

A partir de ese momento se produjo una escalada del conflicto: en agosto “Hollaback” denunció a “Chicas bondi” ante el Centro de Protección de Datos Personales de la Ciudad de Buenos Aires (en adelante, CPDP). Esto no impidió que “Chicas bondi” continuara el proyecto. El vínculo construido con el colectivo era tan importante que un conjunto de seguidores, entre ellos muchas de las “chicas” retratadas, se hicieron presentes –en noviembre de 2012– en una galería de arte donde se expusieron una selección de imágenes publicadas en las redes sociales. La ocasión sirvió además para conocer al responsable del proyecto, constituyéndose así en una concretización no mediatizada de vínculos entre el enunciador y un segmento del original colectivo mediatizado. A partir de entonces se sucedieron otra serie de acontecimientos y polémicas, hasta que en marzo de 2013 el CPDP se expidió con un dictamen contra “Chicas bondi”, proyecto que a partir de entonces debería pedir y obtener el consentimiento de las personas retratadas antes de publicar sus imágenes.

## 5. EL ANÁLISIS TEMPORAL Y ESPACIAL EN EL ESTUDIO DE NUEVAS FORMAS DE CONSTRUCCIÓN DE COLECTIVOS

La descripción “densa” de la circulación de “Chicas bondi” implicó la puesta en juego de una serie presupuestos e hipótesis y produjo un conjunto de resultados que se intentó formalizar en un trabajo escrito en el verano de 2016, “Apropiación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón” (Carlón, 2016a), que incluye gráficos para el análisis temporal de la circulación inspirados en el modelo triádico de Peirce que Verón (2017) presentó bajo el título “El sentido como producción discursiva”.

Si bien esos gráficos fueron elaborados a partir de los resultados obtenidos en el estudio de “Chicas bondi”, fueron pensados para estudiar también otros casos en los que viejos enunciadores (instituciones, medios) y nuevos (individuos, colectivos, *fakes*) se muestran capaces de construir colectivos. El análisis se constituyó a partir de la determinación de dos sistemas mediáticos, el de las redes sociales y el de los medios masivos, y el examen de la *dimensión temporal* se basó en el establecimiento de fases (luego se diferenciaron fases de subfases). La primera fase se identifica a partir de la materialización originaria del objeto de estudio (en el caso de “Chicas bondi”, las primeras fotografías que se publicaron en las redes sociales) y determina la dirección comunicacional: *ascendente* si viene desde las redes a los medios masivos; *descendente* si lo hace en sentido contrario<sup>11</sup>. A partir de ese momento se otorga brida especial importancia a los saltos hipermediáticos que conceptualizan el momento en el que el sentido pasa de un sistema mediático a otro.

En un artículo posterior, se propuso un análisis *espacial* para el estudio de la disposición de los enunciadores, denominados hipermediáticos, en diferentes fases y subfases, en el que se sostiene la hipótesis de que hay al menos tres transformaciones sistémicas en los saltos hipermediáticos: a) cambios de escala en la mediatización, b) complexificación de las direcciones comunicacionales, y c) cambios de estatuto del enunciador o de los vínculos entre los enunciadores y los enunciatarios (modificación del vínculo con los pares, las instituciones y los colectivos). A continuación se explicará sucintamente estas tres transformaciones, aunque el interés estará en el último de los aspectos señalados, centrado específicamente en las transformaciones de enunciadores y enunciatarios<sup>12</sup>.

11 En los últimos años de investigación se pudo comprobar que la identificación de tres direcciones comunicacionales es un elemento clave del análisis: ha permitido tomar distancia, por ejemplo, de concepciones generales acerca de la diferencia entre redes sociales mediáticas y medios masivos. Así, por brindar un caso, las redes sociales mediáticas no son horizontales. En el caso del análisis de “Chicas bondi”: a partir de su materialización tuvo un origen ascendente y luego se establece, a partir de intercambios efectivos, la dirección horizontal que permite la construcción de un primer colectivo.

12 Es imposible en este artículo hacer referencia al enfoque que actualmente necesita la articulación entre nociones de origen semiótico, como enunciador y enunciatario, con algunas de raigambre sociológica, como medios, instituciones, individuos y colectivos, y otras propias del estudio del nuevo escenario mediático, como enunciadores hipermediáticos. Una discusión sobre este tema –a partir de una revisión de textos de Verón– se presentará en un libro de próxima aparición (Carlón, 2019).

## 6. LAS TRES PRINCIPALES TRANSFORMACIONES QUE SE PRODUCEN EN LOS *SALTOS HIPERMEDIÁTICOS*

a) *Cambios de escala en la mediatización.* Si en algo coinciden McLuhan y Verón es en que ambos conceptualizaron a la mediatización como modo específico de “cambio de escala” (Carlón, 2015b). En el caso “Chicas bondi”, el primer cambio fue fundamental porque las fotografías estaban en un celular, y de ser privadas/intimas pasaron a un espacio público. Esta difusión hizo posible el nacimiento de un primer colectivo y, también, habilitó a todo lo que iba a suceder después: la retoma por parte de los medios masivos, el conflicto con “Hollaback” (debido a que “Chicas bondi”, como se señaló, no tenía autorización para publicar las imágenes ni para hacerlas circular a través de un salto de escala). Otra notable transformación se produjo cuando aconteció el primer salto hipermediático, es decir, cuando los medios masivos dedicaron notas a “Chicas bondi”. Para algunas de las chicas fotografiadas, las seleccionadas por los medios masivos, el impacto debe haber sido muy fuerte: de repente, su imagen estaba en el suplemento del diario *La Nación*, en la revista *Brando*, en el suplemento *No* del diario *Página 12* o en la revista *Inrockuptibles*. Es entonces cuando se construye un nuevo colectivo, *expandido*.

b) *Complexificación de las direcciones comunicacionales.* En la era de los medios masivos la comunicación era *descendente*: iba de los medios a los colectivos de actores individuales. En la era contemporánea en la que como mínimo hay dos sistemas mediáticos, el fenómeno se ha complejizado exponencialmente. Una de las dimensiones en las que la complejidad ha estallado es en la de las direcciones comunicacionales. Esto se advierte si se considera que el análisis, que buscó ante todo dar cuenta del *ascenso* del proyecto a los medios masivos, privilegió trayectorias y momentos significativos (fases y subfases), pero mientras tanto la comunicación continuó expandiéndose en todas las dimensiones a la vez. Así, mientras una fotografía de “Chicas bondi” era retuiteada por *Calu Rivero* o retomada por los medios masivos, es decir, mientras el proyecto seguía el camino *ascendente*, simultáneamente continuaba publicando fotografías y manteniendo diálogos con sus seguidores, es decir, desplegándose en su dirección *horizontal*. Tan significativo como que mientras sigue publicando fotografías y haciéndose más conocido, el vínculo con sus seguidores empieza también a cambiar, dado que comienza a establecerse una dirección *descendente* que se confirma cuando se convoca a una muestra a una galería de arte a la que asistió un pequeño grupo de retratadas, con componentes de comunidad *fan*. Es decir que si bien el análisis de “Chicas bondi” captura principalmente la gran novedad, que son los saltos hipermediáticos, es importante no olvidar que la circulación se sigue expandiendo en múltiples direcciones de modo continuo e incesante.

c) *Cambios de estatuto del enunciador o del vínculo enunciador-enunciatarario (modificación del vínculo con los pares, las instituciones y los colectivos)*. Aquí se comenta, brevemente, la transformación teniendo en cuenta el análisis de “Chicas bondi”, pero tan solo como una introducción al tema, ya que –como se adelantó– el resto del artículo estará concentrado en esta mutación.

En el caso “Chicas bondi” se encontraron múltiples transformaciones que afectan tanto al estatuto del enunciador como a los vínculos que establece en diacronía con sus colectivos a través de distintas fases y subfases. En el despliegue del caso se determinan, como mínimo, tres momentos que requieren especial atención. En la primera, “Chicas bondi” es un *enunciador intra-sistémico valorizado* por un *colectivo mediatizado* construido por sus pares en las redes sociales. A partir de la subfase en que lo retuitea *Calu Rivero*, esta valorización crece aún más.

En la segunda fase, “Chicas bondi” se convierte en un *enunciador hipermediático categorizado*. Es cuando los medios masivos lo retoman y lo elogian; en cierto modo lo consagran. Luego del salto hipermediático surge un *colectivo expandido* que aumentó la cantidad de seguidores, pero para su desgracia despertó también al *colectivo pre-existente*: “Hollaback Buenos Aires”.

Luego del dictamen del CPDP y de la cobertura de la noticia que realizaron los medios masivos, esta vez sin poner en juego valorizaciones positivas, “Chicas bondi” devino en un *enunciador hipermediático desvalorizado*, e incluso condenado<sup>13</sup>. Aunque esa desvalorización no es total: entre la polémica con “Hollaback” en las redes y la publicación del dictamen, “Chicas bondi” es capaz de convocar a un colectivo de seguidores a una muestra en una galería de arte, pasando del ámbito mediatizado a la puesta en práctica de relaciones intersubjetivas en un espacio social pleno.

## 7. ALGUNOS RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN RECIENTES

Si los estudios sobre circulación del sentido están viviendo, al menos en Brasil y Argentina, una nueva etapa, los análisis que parten de la producción de enunciadores hipermediáticos emergentes, individuos y colectivos son, como se acaba de comentar, especialmente novedosos. Y pese a que son muy recientes, en los últimos años han logrado demostrar que los individuos, tanto anónimos como no, pueden construir colectivos, y que también que los colectivos pueden construir colectivos. Asimismo, en ambos casos se ha probado que en la circulación los individuos y los colectivos se transforman a sí mismos y en su relación con los demás.

a) *Los individuos pueden construir colectivos*. Al respecto, se pueden brindar distintos ejemplos. En primer lugar, el ya citado caso “Chicas bondi”, en el que

<sup>13</sup> Como no es difícil imaginar, el análisis puede volverse más detallado en función de los objetivos delimitados por el analista. Así, por ejemplo, puede conceptualizarse a “Chicas bondi” como un *enunciador polémico* en la etapa en la que “Hollaback” debatió con él.

—aunque no se conocía el estatuto y la identidad del enunciador— fue capaz de construir y/o activar distintos colectivos. En este caso hubo cierto vínculo simétrico en el origen, cuando los intercambios eran entre “pares”, pero el vínculo asimétrico también estaba presente. Por ejemplo, en el nivel de la *mediatización*, dado que “Chicas bondi” nunca dejó que sus seguidores compartieran a través de sus espacios de enunciación fotos de chicas semejantes.

Otros ejemplos son el *youtuber Zekiel79* (Fratlicelli, 2019) y la maquilladora productora de tutoriales a través de *YouTube* Camila Coelho (Weschenfelder, 2019), que aunque poseen importantes diferencias entre sí, también tienen ciertas semejanzas. En ambos casos el vínculo con sus colectivos se construyó a través de un desarrollo diacrónico que fue estudiado a través de la determinación de fases y/o subfases. Los dos, además, abrieron en cierto momento una puerta hacia su vida privada —e incluso íntima—, hecho que les permitió interpelar desde otro lugar a sus colectivos<sup>14</sup>. En el caso de *Zekiel79* nos encontramos con un enunciador que trascendió las redes y que llegó a inspirar una campaña de televisión para la empresa *Speedy* a través del personaje *youtuber Fabi79*. Mientras que Camila Coelho se convirtió, directamente, en una celebridad. Precisamente, algunos aspectos de la investigación de Weschenfelder sirven para evidenciar el ritmo que estos estudios tienen actualmente en Argentina y Brasil.

En su tesis, Weschenfelder (2019) muestra que el pasaje de Camila Coelho de desconocida a celebridad se logra a través de una serie de subfases<sup>15</sup>. En la primera se posiciona como “experta” en maquillaje a través de tutoriales estableciendo un vínculo asimétrico, y el colectivo responde en función de ese “contrato”. En la segunda subfase, Coelho se “institucionaliza”: establece vínculos con empresas del ramo cosmético y los colectivos se comunican entre sí informándose como consumidores sobre los distintos productos ofrecidos (¿dónde comprar?, ¿cuál es el mejor modo de uso?). En la tercera subfase, Coelho es sumada a la plataforma *F\*Hits* y se convierte en celebridad<sup>16</sup>, mutación que tiene efectos específicos sobre los colectivos: por un lado, suma nuevos seguidores; por otro lado, hay quienes la rechazan porque deja de ser “ella misma”. El caso resulta muy interesante dado que tiene puntos de contacto con otros que se han estudiado en Argentina, como el del *instagramer* Grego Rosello y la *tuitera* Natijota, quienes comenzaron en las redes construyendo dinámicos vínculos con sus colectivos y llegaron a jugar roles relevantes en programas de televisión de importantes cadenas, como *ESPN*, o directamente

14 Ambas investigaciones muestran que en cierto tipo de casos la apertura hacia la vida privada suele ser un síntoma de que el enunciador ha alcanzado la *celebridad* (al menos la que se proponía) o se encuentra camino a lograrla: constituye un síntoma de que puede empezar a comportarse como *otras* estrellas.

15 El objeto de estudio es *YouTube* conceptualizado como *zona de contacto*, tal la perspectiva de Fausto Neto (2010) a la que ya se hizo referencia.

16 *F\*Hits* es, de acuerdo a su propia definición, “a primeira plataforma de Influenciadores Digitais de moda e lifestyle do mundo”. Recuperado de: <http://www.fhits.com.br/>

a conducirlos<sup>17</sup>. Aparece así una especie de “hoja de ruta” que muestra cómo enunciadores que comienzan a ser influyentes en las redes llegan a ser celebridades repitiendo ciertos pasos y procedimientos (que nunca son exactamente iguales, pero presentan *lógicas* semejantes entre sí).

Otro ejemplo digno de comentar fue analizado por un grupo de investigadores de Brasil dedicados al estudio de la circulación discursiva en el área de la salud (Soares de Araujo, Lerner, Aguiar & Protasio, 2018). La referencia se hace a partir de la puesta en juego de un marco teórico no antropocéntrico (Carlón, 2008, 2016c; Verón, 2009, 2013)<sup>18</sup>. En su trabajo, los autores muestran que las mujeres pacientes de cáncer de mama que narran su vida a través de *blogs*, construyen un tipo de vínculo específico con su colectivo al expresar “Fuerza para nosotras”, enunciado con el cual se incluyen dentro del colectivo interpelado con el cual sostienen intercambios discursivos empíricos. Este tipo de vínculo al constituirse a partir del hecho de que unas y otras comparten o compartieron la dolencia, no sólo es enunciativo, sino que se ve reforzado por la singular fuerza del testimonio de vida. Es interesante que la investigación señala que las blogueras construyen colectivos con lazos singulares a través de prácticas catárticas que desencadenan procesos que muchas veces son recomendados por los profesionales de la salud por su carácter terapéutico. Es en el seno de estos colectivos donde se desencadena una “práctica catártica”, una narrativa como práctica curativa a partir de una reconfiguración del lugar de quienes enuncian<sup>19</sup>.

El ejemplo es interesante porque permite reflexionar sobre el tipo de vínculo que pueden construir ciertos enunciadores con sus colectivos. En el apartado final de *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*, titulado “Ciclos de vida”, Verón (2013) distingue enunciadores sociales de socio-individuales y expresa que “la temporalidad de los sistemas socio-individuales es necesariamente la de un ciclo vida orgánico” (p. 431). Ahora bien ¿cómo se estudian en la circulación los efectos del carácter orgánico del enunciadador? Esta parte del trabajo intenta ser un aporte a esta cuestión crucial. De hecho, lo que se desea destacar es justamente el carácter orgánico del colectivo en el que el enunciadador

17 La alusión es a investigaciones monográficas cuyas referencias se han incluido en el apartado final: Documentos y Monografías.

18 Más allá de las sociosemióticas, una perspectiva no antropocéntrica considera factores de producción de sentido a lo social, la naturaleza y el maquinismo. Desde este punto de vista, en este nivel, el enfoque de Verón (2013), que trabaja sobre enunciadores socio-individuales (orgánicos), puede articularse, por ejemplo, con el que se presentó en distintos trabajos dedicados al análisis mediático (Carlón, 2008, 2016c). La acción de la naturaleza que explica la teoría de la evolución se encuentra ligada a la concepción que expone la teoría de la flecha del tiempo basada en el concepto de irreversibilidad. Como señala Prigogine (2005 [1991]): “el hombre forma parte de esta corriente de irreversibilidad que es uno de los elementos esenciales, constitutivos, del universo” (p. 25).

19 En este nivel, lo interesante del análisis surge a partir del momento en el que los autores se formulan la pregunta: ¿En qué reside tanto interés para que esos relatos sean leídos? La respuesta, de índole social, es que *lo hacen como una ayuda para sí mismos y para los demás*. No sólo por ellos mismos, por su voluntad de compartir, sino para que otros en situaciones similares comprendan el proceso y encuentren alternativas. ¿Y por qué compartir traería tanto alivio? “Fuerza para nosotros” tiene la capacidad de establecer, como se señala, una “reconfiguración del lugar de quien enuncia” (Soares de Araujo, Lerner, Aguiar y Protasio, 2018, p. 57). Reconfiguración capaz de producir efectos sobre el propio enunciadador.



se inscribe, porque es partir de él que de modo específico se construye el lazo social. Se ve aquí, nuevamente, el poder de un análisis no antropocéntrico.

b) *Los colectivos pueden construir colectivos*. Desde el comienzo de esta revisión de la obra de Verón a través de la puesta en práctica de estrategias *apropiacionistas*, se consideró la hipótesis de que ya no sólo los medios y las instituciones podían construir colectivos. La elección de “Chicas bondi”, un enunciador *amateur*, anónimo e individual, en las antípodas del profesionalismo y la institucionalidad que caracterizan a los medios masivos, fue realizada con la intención de demostrar que otros enunciadores eran capaces de construir colectivos<sup>20</sup>.

La puesta en juego de esta idea produjo, en el marco institucional de estudios llevados adelante por los integrantes de la “Cátedra Semiótica de Redes”, resultados contundentes. El estudio de colectivos mediáticos ha revelado que son también una poderosa fuente de generación de otros colectivos. En un trabajo inédito, Ana Slimovich (2019) pudo demostrar, a través del análisis hipermediático de *#NiUnaMenos*, que “la amplia cobertura de las movilizaciones generadas, difundidas y organizadas por el colectivo” han generado “el surgimiento de otros movimientos anclados en las redes sociales cuyo centro de interés también está ligado a las luchas por la violencia contra la mujer” (2019). Entre ellos se encuentran el movimiento *#NosotrasParamos* (2016), *#Mens-truAcción* (2017), el *#8M* (2017-2018), todos “*ascendentes/descendentes*”.

En su desarrollo diacrónico estos movimientos no sólo generaron colectivos, sino que se transformaron a sí mismos. *#NiUnaMenos*, por ejemplo, estableció nuevos vínculos a medida que incorporó otros temas a su agenda de reclamos como el derecho al aborto y la defensa de los derechos de otras sexualidades a partir de 2017 (Slimovich, 2019). En otras investigaciones realizadas en estos años a partir de la “Campaña por el aborto legal” desarrollada en 2018 se confirmó también cuán diversos y dinámicos son actualmente los vínculos entre distintos colectivos<sup>21</sup>.

## 8. COMENTARIOS FINALES

Los nuevos estudios sobre circulación del sentido enfrentan múltiples desafíos. Por un lado, están produciendo grandes avances gracias a su capacidad de construir objetos de investigación novedosos, dinámicos y complejos a partir de investigaciones empíricas, además de su capacidad de generar nue-

<sup>20</sup> En aquel artículo, Carlón (2015a), se plantea: “Consideramos que el modelo analítico que vamos a presentar no es sólo útil para el estudio de este caso: si es capaz de dar cuenta de un ejemplo que modélicamente es opuesto a la comunicación mediática moderna y posmoderna, será capaz de dar cuenta de muchos otros casos semejantes (y también, para conceptualizar procesos híbridos)” (p. 139).

<sup>21</sup> Dos investigaciones realizadas en la Universidad San Andrés (USA), Argentina, una titulada: “De las redes a la calle: El pañuelazo” (Cutignola, Ferracutti, Ferro, & Giqueaux, 2018) y otra: “Cuidemos las dos vidas” (Cho, Komiyama, Martino, Montesano & Rubino, 2018), demostraron lo que se está señalando.

vos dispositivos analíticos. Por otro lado, es indudable que se abren permanentemente a nuevas problemáticas. Para cerrar el sucinto recorrido trazado en el artículo, se puntualizan algunos comentarios sobre su capacidad de dar cuenta transformaciones *temporo-espaciales* para la comprensión de lo contemporáneo.

### 8.1. Enfoque no antropocéntrico y los estudios sobre circulación

Si el análisis de la producción social del sentido forma parte del “ADN” de los estudios sobre circulación desde su fundación<sup>22</sup>, el no antropocéntrico, que atiende a la interacción entre lo social, la naturaleza y el maquinismo, ofrece actualmente respuestas específicas a un conjunto de problemas singulares.

La atención a la naturaleza, fuente de vida desde la teoría de la evolución, realiza su aporte dado que como “clave de lectura” es puesta en juego permanentemente en reconocimiento y en la circulación. Preguntas como de qué forma un enunciador orgánico (Verón, 2013), por ejemplo: una mujer, tan distinto de uno institucional, que dice tener cáncer de mama y construye su autobiografía públicamente a partir de la fecha en que recibió su diagnóstico, se legitima ante otros enunciadores que realizan intercambios con ella, encuentran una respuesta específica desde un enfoque no antropocéntrico. Se debe a que se confía –en reconocimiento– en su pertenencia al universo de *lo viviente*. Y a que se cree, en definitiva, que lo que se está poniendo en juego a través de un despliegue diacrónico es, en algún nivel, una narrativa contemporánea mediada de su vida, singularmente afectada por una dolencia particular. Todos estos procesos pueden estudiarse, en la actualidad, de modo específico debido a las marcas materiales que dejan en los sistemas mediáticos los intercambios que ponen en juego distintos enunciadores entre sí.

De modo semejante, la consideración del maquinismo realiza su aporte en una época en la que planteos del tipo: ¿qué es lo humano? ¿cuál es su especificidad y sus límites?, ¿qué tipo de operaciones puede realizar y cuáles no?, están cada vez más puesto en discusión. No sólo porque preguntas como quién enuncia un discurso específico, si un *bot* o un enunciador orgánico son cotidianas, sino porque en las redes sociales mediáticas hay una multiplicación de fenómenos automatizados que requieren de esta focalización<sup>23</sup>.

22 Para constatar este carácter basta con recordar la doble hipótesis presentada por Verón (1997) en “El sentido como producción discursiva”: “a) toda producción de sentido es necesariamente social”; b) “todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido” (p. 125). Desde el punto de vista aquí planteado, el último Verón (2013) giró hacia una posición no antropocéntrica, principalmente a partir de considerar de modo diferente la relación naturaleza/cultura.

23 Una operatoria que, se puede postular tomando en cuenta algunas de las teorizaciones citadas, sería la *automatización de los protocolos*: operación que ocurre cada vez que a los seguidores de una cuenta, por ejemplo de *Twitter*, les llega información automatizada de nuevos posteos. En este tipo de casos, la construcción de colectivos se produce en articulación con *dispositivos maquinísticos*, ya sea porque un integrante de un colectivo se ha suscripto a una cuenta o porque debido al funcionamiento de los algoritmos la automatización interviene de modo activo: invita a ver, a comentar, a dar una opinión en una encuesta, etc. Un aporte a este tema, desde la perspectiva *veroniana* del acceso, fue realizado por Gastón Cingolani (2017).

Ahora bien, la defensa de una perspectiva no antropocéntrica amerita, como mínimo, un comentario. Es cierto que cuando se pone en juego esta perspectiva se perciben de modo diferente las dimensiones de los objetos analizados y, en definitiva, su estatuto. Así, por ejemplo, no se percibe a las instituciones sólo como instituciones sociales, sino como complejos fenómenos híbridos. Por ejemplo, si se piensa en los bancos, en su manifestación urbanística, puede observarse que como instituciones no son orgánicos, dado que su historia suele ser centenaria y en cada momento en que un vocero se expresa, no se expresa él, sino la institución. Sin embargo, cada manifestación específica en cada momento histórico posee una encarnadura orgánica: el vocero de hoy es distinto del de ayer, a cada sucursal la dirige un ejecutivo diferente y sus empleados no son los mismos, entre otros aspectos. Además, cada sucursal posee una dimensión maquinística porque cada vez que, por ejemplo, retiramos dinero en un cajero, interactuamos con un dispositivo automatizado.

En general, muchos de estos factores se ven potenciados cuando las instituciones se manifiestan de modo virtual. En el caso de los bancos recibimos constantemente comunicaciones automatizadas a través de nuestro correo electrónico o podemos hacer inversiones sin interactuar con ningún ser humano. Sin embargo, como se mencionó, la adopción de este enfoque no debería implicar dejar de lado los aportes que las teorías antropocéntricas han realizado. Se trata de evitar un riesgo: que la adopción de una perspectiva no antropocéntrica termine empobreciendo el análisis y la conceptualización, en vez de enriquecerlos. Es lo que sucede cuando en lugar de brindarnos más ángulos para comprender cuál es el estatuto actual de una institución, como el que se acaba de intentar, de un colectivo o de un individuo, esas categorías no son utilizadas.

## 8.2. Lo contemporáneo

Para finalizar, es importante destacar la trascendencia de los nuevos estudios sobre circulación del sentido para una conceptualización de lo contemporáneo. Si históricamente los estudios sociológicos han sido capaces de dar cuenta de los procesos sociales de cambio, y el tiempo histórico fue su dimensión fundamental, estos estudios pueden dar cuenta de procesos claves de la transformación actual de la sociedad, a partir de la especificidad que les brinda su focalización en la mediatización y en la circulación hipermediatizada del sentido, superando límites que caracterizan a los estudios en reconocimiento y en producción. Es lo que se ha intentado mostrar en este artículo: cómo enunciadores individuales y colectivos se transforman a sí mismos y en su relación con los demás a partir de la puesta en juego de discursos y de procesos diacrónicos específicos en las nuevas condiciones de circulación que habilita la hipermediatizada sociedad actual.

## REFERENCIAS

- França, V.; Freire Filho, J.; Lana, L. & Simoes, P. (org.) (2014). *Celebridades no século XXI: transformações no estatuto da fama*. Porto Alegre: Sulina.
- Braga, J. L. & Calazans, R. (2017). *Matrizes interacionais. A comunicação constrói a sociedade*. Campina Grande, Brasil: EduePB.
- Boutaud, J.-J. & Verón, E. (2007). Du sujet aux acteurs. La sémiotique ouverte aux interfaces. Dans *Sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques en communication*. Paris: Hermès Science.
- Carlón, M. (2019). *La (in)comunicación contemporánea: de las redes sociales a los medios masivos y de los medios masivos a las redes sociales*. (Inédito).
- Carlón, M. (2018). Medios individuales, medios colectivos y circulación transversal. Desde 'adentro hacia afuera' y desde 'afuera hacia adentro' (o cómo afecta la nueva circulación a las instituciones sociales). Em Castro, P. (org.), *Circulação discursiva e transformação da sociedade*. Recuperado de: <http://www.ciseco.org.br/index.php/noticias/373-livro-circulacao-discursiva-e-transformacao-da-sociedade>
- Carlón, M., Gomez-Mejia, G. & Cortinovic, O. (2018b). Sur les traces de Verón. Une approche aux nouvelles conditions de circulation du sens dans l'ère contemporaine. *Communication & Langages*, 196. Recuperado de: <http://www.gripic.fr/revue-communication-langages/communication-langages-ndeg196>
- Carlón, M. (2017). La cultura mediática contemporánea: otro motor, otra combustión, (segunda apropiación de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón: la dimensión espacial). Em Castro, P. (org.), *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento* (pp. 25-48). Maceió, Brazil: Editora da Universidade Federal de Alagoas (Edufal).
- Carlón, M. (2016a). Apropiación contemporánea de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón. En Vizer, E. & Vidales, C. (coords.), *Comunicación, campo(s) teorías y problemas. Una perspectiva Internacional* (pp. 125-154). Salamanca: Comunicación Social Ediciones.
- Carlón, M. (2016b). Registrar, subir, comentar, compartir: prácticas fotográficas en la era contemporánea. En Corro, P. & Robles, C. (editores), *Estética, medios masivos y subjetividades* (pp. 31-54). Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica.
- Carlón, M. (2016c). *Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y YouTube*. Buenos Aires: La Crujía.
- Carlón, M. (2015a). Público, privado e íntimo: el caso "Chicas Bondi" y el conflicto entre derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea. Em Castro, P. (org.), *Dicotomía público/privado: estamos no caminho certo?* (pp. 211-232). Maceió, Brazil: Editora da Universidade Federal de Alagoas (Edufal).
- Carlón, M. (2015b). La concepción evolutiva en el desarrollo de la ecología de los medios y en la teoría de la mediatización. ¿La hora de una teoría general? *Revista Palabra Clave*, 18(4), 1111-1136. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.4.7

- Carlón, M. (2012). En el ojo de la convergencia. Los discursos de los usuarios de *Facebook* durante la transmisión televisiva de la votación de la ley de matrimonio igualitario. En Carlón, M. y Fausto Neto, A. (2012), *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación* (pp. 173-194). Buenos Aires: La Crujía.
- Carlón, M. (2008). Maquinismo, naturaleza y sociedad en el discurso de las cámaras de informes climáticos y de control de tránsito por televisión. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 13, 131-141. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/issue/view/CIYC080811>
- Carlón, M. & Scolari, C. (2009). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.
- Cingolani, G. (2017). Estrategias para el acceso: los sitios de recomendación como espacios de tensiones en la circulación y mediatización del reconocimiento. En Castro, P. (org.). *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió, Brazil: Editora da Universidade Federal de Alagoas (Edufal).
- De Cheveigné, S. (2017). Pesquisas empíricas sobre a circulação de discursos mediáticos. En Castro, P. (org.), *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió, Brazil: Editora da Universidade Federal de Alagoas (Edufal).
- Fausto Neto, A. (2019). *Circulação do discurso político: entre meios e atores, as redes e aglomerações momentâneas- nas eleições presidenciais brasileiras de 2018*. Porto Alegre: COMPOS.
- Fausto Neto, A. (2017). A circulação do impeachment do artigo de fundo a página virada. Em Castro, P. (org.). *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió, Brasil: Editora da Universidade Federal de Alagoas (Edufal).
- Fausto Neto, A. (2017a). Revés na midiatização. Em Said, G. & Xavier, M. (orgs). *Comunicação, Identidade e Subjetividade* (pp. 93-114). Teresina, Brazil: Nova Aliança.
- Fausto Neto, A. (2013). Como as linguagens afetam e são afetadas na circulação? Em Braga, J. L., Ferreira, J., Fausto Neto, A. & Gomes, P. (orgs.). *10 Perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo, Brazil: Unisinos.
- Fausto Neto, A. (2010). A circulação além das bordas. Em Fausto Neto, A. & Valdettaro, S. (directores), *Mediatización, sociedad y sentido: aproximaciones comparativas de modelos brasileños y argentinos* (pp. 2-17). Rosario: UNR Editora.
- Fausto Neto, A. (2010). Enunciação midiática: das gramáticas às zonas de pregnâncias. Em Fausto Neto, A. (org.), *Midiatização e processos sociais: aspectos metodológicos* (pp. 13-28). Santa Cruz do Sul, Brazil: EDUNISC
- Fausto Neto, A., Prass, M. & Thiesen, V. (2017). Lava Jato: fragmentos em circulação do interrogatório-acontecimento. Im *Anais do VI Colóquio Semiótica das Mídias*, 6(1). Recuperado de: [http://ciseco.org.br/anaisdocoloquio/images/csm6/CSM6\\_AntonioFaustoNeto.pdf](http://ciseco.org.br/anaisdocoloquio/images/csm6/CSM6_AntonioFaustoNeto.pdf) em

- Fausto Neto, A. & Sgorla, F. (2013). Zona em construção: acesso e mobilidade da recepção na ambiência jornalística. *XXII Encontro Anual da Compós*, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brazil. (Inédito).
- Fernández, J.L. (julio-setiembre de 2018). Circulación / circulaciones en la investigación en plataformas mediáticas. *Rizoma*, 6(2). DOI: 10.17058/rzm.v6i2.12958
- Ferreira, J. (2017). As metamorfoses da circulação: dos fluxos as questões de reconhecimento. Em Castro, P. (org.), *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió, Brazil: Edufal.
- Fratricelli, D. (2019). *Zekiel 79: youtubers y médios masivos. La circulación de una relación compleja*. (Inédito)
- Fratricelli, D. (julio-septiembre de 2018). El ascenso de la burla en las sociedades contemporáneas. Nuevas circulaciones del humor mediático. *Rizoma*, 6(2). DOI: <http://dx.doi.org/10.17058/rzm.v6i2.12614>
- Hjarvard, S. (2014 [2013]). *A midiatização da cultura e da sociedade*: São Leopoldo, Brazil: Unisinos.
- Libenson, M. (2017). La inherencia de la circulación discursiva en la constitución de la ciclicidad temporal de los intercambios económicos. Em Castro, P. (org.), *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió, Brazil: Editora da Universidade Federal de Alagoas (Edufal).
- Sodré, M. (2017). Circular e morar. Em Castro, P. (org.), *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió, Brazil: Editora da Universidade Federal de Alagoas (Edufal).
- Pariser, E. (2017 [2011]). *El filtro burbuja. Como la red decide todo lo que leemos y lo que pensamos*. Barcelona: Taurus.
- Pedroso Silva, D. (2015). *Interações entre a telenovela e o telespectador na sociedade em vias de midiatização: Um estudo de caso do quadro a empregada mais cheia de charme do Brasil do programa Fantástico*. São Leopoldo, Brazil: Unisinos.
- Prigogine, I. (2005 [1991]). Conversación de Ottavia Basetti con Ilya Prigogine. En *El nacimiento del tiempo*. Buenos Aires: Tusquets.
- Ramos, S. (2017). Hacia un esquema de análisis de la construcción del valor en los mercados artísticos basado en el concepto veroniano de circulación. Em Castro, P. (org.), *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió, Brazil: Editora da Universidade Federal de Alagoas (Edufal).
- Schaeffer, J-M. (2009). *El fin de la excepción humana*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Sgorla, F. (2015). Complexificacao da zona de contato na ambiência midiatizada. Um Jornal Nacional com os receptores na *fan Page* no *Facebook*. São Leopoldo, Brazil: Unisinos. Recuperado de: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/3751>

- Sgorla, F. & Fausto Neto, A. (2013). Zona em construção: acesso e mobilidades da recepção na ambiência jornalística. *XXII Encontro Anual da Compòs*, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brazil.
- Silva, A. (2017). Circulación de los sentidos estéticos contemporâneos. Em Castro, P. (org.), *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió, Brazil: Editora da Universidade Federal de Alagoas (Edufal).
- Slimovich, A. (2019). Surgimiento y circulación del colectivo #NiUnaMenos. Entre las redes sociales, el espacio urbano y los medios masivos. (Inédito).
- Slimovich, A. (enero-junio de 2017). #TinelliMercenarioK. La mediatización del Presidente argentino y los trolls macristas. *Inmediaciones de la comunicación*, 13(1), 159-186.
- Soares de Araujo, I., Lerner, K., Aguiar, R. & Protasio, J. (2018). A circulação dos sofrimento. Visibilidade e protagonismo em novas configurações comunicacionais. Em Castro, P. (org.), *Circulação discursiva e transformação da sociedade*. Recuperado de: <http://www.ciseco.org.br/index.php/noticias/373-livro-circulacao-discursiva-e-transformacao-da-sociedade>
- Traversa, O. (2017). La presse/La mode/La moda. Em Castro, P. (org.), *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió, Brazil: Editora da Universidade Federal de Alagoas (Edufal).
- Verón, E. (2013a). La revolución del acceso. En *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes* (pp. 277-290). Buenos Aires: Paidós.
- Verón, E. (2013b). Ciclos de vida. En *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes* (pp. 421-432). Buenos Aires: Paidós.
- Verón, E. (1997). Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos de la Comunicación*, 48, 9-17
- Verón, E. (1987). El sentido como producción discursiva. En *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad* (pp. 124-133). Buenos Aires: Gedisa.
- Weschenfelder, A. (2019). *Manifestações da midiatização. Transformação dos atores sociais em produção e recepção: o caso Camila Coelho*. São Leopoldo, Brazil: Unisinos.

## DOCUMENTOS Y MONOGRAFÍAS

- Banga, D., Cabassi, V., Jara, F. & Vega, A. (2016). *Gregorio Rossello*. Monografía de la Cátedra "Semiótica de Redes", Facultad de Ciencias Sociales (FSOC-UBA), Argentina.
- Carlón, M., Fraticelli, D., Slimovich, A. & Jiménez, M. (2016). *Documento teórico metodológico (TP.DOC)*. Buenos Aires: Cátedra Semiótica de Redes-UBA.

- Carlón, M., Fraticelli, D., Slimovich, A. & Rovner, R. (2017). *Documento teórico metodológico (TP.DOC)*. Buenos Aires: Cátedra Semiótica de Redes-UBA.
- Cho, E., Komiyama, G.; Martino, L., Montesano, M. & Rubino, M. (2018). *Cuidemos las dos vidas*. Monografía del curso “Comunicación Visual”, Universidad de San Andrés, Argentina.
- Cutignola, A., Ferracutti, D., Ferro, J. & Giqueaux, R. (2018). *De las redes a la calle: El pañuelazo*. Monografía del curso “Comunicación Visual”, Universidad de San Andrés, Argentina.
- Martínez, A., Panizzi, L., Somoza, G., Palomino, M., Nield, D. & Muñiz, C. (2016). *#niunamenos*. Monografía de la Cátedra “Semiótica de Redes”, Facultad de Ciencias Sociales (FSOC-UBA), Argentina.
- Schiffer, L., González, P., Pereyra, C., Grobly, A., Vega, F., Centaro, L. & Canale, D. (2016). Caso Zekiel79. Monografía de la Cátedra “Semiótica de Redes”, Facultad de Ciencias Sociales (FSOC-UBA), Argentina.

\*Contribución: el 100% del trabajo pertenece al autor.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

#### IDENTIFICACIÓN DEL AUTOR

**Mario Carlón.** Doctor en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina. Licenciado en Historia del Arte, Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Argentina. Investigador del Instituto Gino Germani de la UBA, en el que dirige el proyecto “La mediatización en el entretrejo de los vínculos sociales. Cambios en la circulación del sentido a partir de la nueva mediatización de individuos, colectivos, medios e instituciones en la sociedad contemporánea” (2018). Profesor a cargo de “Semiótica I”, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Entre otras publicaciones, se destacan los libros: *Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y YouTube* (2016), *O fim da televisão* (2014; junto a Yvana Fechine); *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación* (2012; junto a Antonio Fausto Neto); *Colabor-arte. Arte y medios en la era de la producción colaborativa*, (2012; junto a Carlos A. Solari); *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*, (2009; junto a Carlos A. Solari); *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad* (2006) y *Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos* (2004).

#### REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

Carlón, M. (enero-junio, 2019). Individuos y colectivos en los nuevos estudios sobre circulación. *In Mediaciones de la Comunicación*, 14(1), 27-46



# Los colectivos mediáticos de las redes

Algunas observaciones desde el humor ¿y más allá?<sup>1</sup>

## The media collectives of the networks

Some observations from humor, and beyond?

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1.2885>

► DAMIÁN FRATICELLI

dfraticelli@sociales.uba.ar - Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA), Argentina.

Fecha de recepción: 25 de marzo de 2019

Fecha de aceptación: 15 de mayo de 2019

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7360-5287>

### RESUMEN

En este artículo se intenta contribuir a la comprensión de los colectivos mediáticos siguiendo la línea de trabajo iniciada por Eliseo Verón y continuada por Mario Carlón. En primera instancia, se sintetizan las propiedades con que Verón caracterizó a los colectivos mediáticos diferenciándolos de otros tipos de colectivos. Luego, se trabaja en la apropiación del concepto que hizo Carlón al ocuparse del nuevo sistema mediático. Finalmente, se distinguen algunas cualidades de los colectivos hipermediáticos halladas en las investigaciones realizadas sobre los *youtubers* y lo risible en las redes. Entre ellas se destacan la individuación de los integrantes del colectivo y una interacción entre ellos

y el enunciador de la cuenta factible de ser planteada como un sistema de producción discursiva.

**PALABRAS CLAVE:** *colectivo, hipermediatización, redes sociales mediáticas, circulación, Verón.*

### ABSTRACT

In this paper we try to contribute to the understanding of the media collectives following the work initiated by Eliseo Verón and continued by Mario Carlón. In the first instance, we synthesized the properties with which Verón characterized the media collectives differentiating them from other types of collectives. Then, we go into the appropriation of the concept that Carlón did when dealing with the new media system. And, finally, we made our contribution distinguishing some qualities of hypermedia groups found in research on youtubers and the laughable in the networks. Among them we stand out the individuation of the members of the collective and an interaction between them and the enunciator of the account that can be proposed as a discursive production system.

**KEYWORDS:** *collective, hypermediation, media social networks, circulation, Verón.*

<sup>1</sup> Las investigaciones que dieron origen a este artículo se realizaron en el marco del proyecto *La mediatización en el entretrejo de los vínculos sociales*, dirigido por Mario Carlón en la Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina.

## 1. INTRODUCCIÓN

En la obra de Eliseo Verón (2013; 2011 [2009]) se destacan dos acepciones de *colectivo*. La primera lo define como “clase de actores sociales que una sociedad reconoce como tal en un momento dado” (2013, p. 421). La segunda, como agrupamiento de individuos concentrados en un foco central de interés (2011 [2009]). Cada una se asocia a un polo de la producción discursiva. La primera, con la instancia de *producción*, porque la clasificación de actores sociales la generan instituciones. Y la segunda con la instancia de *reconocimiento*, debido a que ese agrupamiento sólo existe como efecto de una producción<sup>2</sup>. A este último colectivo, Verón lo denomina *colectivo de comunicación*, que puede incluir el término *colectivo mediático* cuando la comunicación es mediatizada (Carlón 2016). Sobre dicho colectivo se detiene este artículo, con la hipótesis de que adquiere nuevas propiedades cuando se construye en los medios soportados por Internet y la telefonía móvil.

Cuando Verón define a los colectivos, intenta aprehender los procesos productores de sentido en las sociedades mediáticas y mediatizadas (2001 [1984]). Sociedades donde los medios actúan como si fuesen meros mediadores de lo “real” y sociedades que ya los asumen en calidad de constructores de lo real social. En ambas, los medios masivos dominan el sistema mediático. Este escenario cambió drásticamente desde las últimas décadas del siglo XX. Los medios masivos entraron en crisis y perdieron su supremacía con la llegada de las redes sociales y los medios digitales, lo que provocó cambios en la constitución de los colectivos. Investigadores como Mario Carlón se han propuesto aprovechar la teoría de Verón para comprender el nuevo sistema mediático que, entre otras cosas, ha constituido a los individuos en medios de comunicación, lo que no sólo altera las cualidades de los colectivos mediáticos sino también la circulación<sup>3</sup>.

Este trabajo transita el camino trazado por ambos autores con el fin de observar los modos en que operan los colectivos mediáticos en las redes. Para ello, se tienen en cuenta las cualidades con que Verón describió a los *colectivos de comunicación* diferenciándolos de los *colectivos de identificación*. Luego se observan las apropiaciones que hace Carlón de esas definiciones. Finalmente, se realizan aportes y reflexiones basadas en investigaciones realizadas sobre lo risible y sus enunciadores profesionales (instagramers, youtubers, productores de memes, etc.) con la pretensión de que sean útiles a estudios de colectivos en otros campos discursivos.

2 Vale aclarar que, en la *Teoría de los discursos sociales* de Verón, las instancias de producción y reconocimiento se determinan según el problema de análisis. Aquí se ubica a las instituciones en producción y a los colectivos de comunicación en reconocimiento porque de esa manera lo dispone Verón al ocuparse de la discursividad mediática. En Cingolani (2018) puede encontrarse una discusión sobre esta propuesta de Verón y las tensiones con su teoría.

3 Verón define circulación como el desfase entre la instancia de producción discursiva y su reconocimiento. Es decir, “el aspecto ‘circulación’ sólo puede hacerse visible en el análisis como diferencia, precisamente, entre los dos conjuntos de huellas, de la producción y del reconocimiento. El concepto circulación sólo es, de hecho, el nombre de esa diferencia” (1987a, p. 129).

## 2. LOS COLECTIVOS MEDIÁTICOS

Como se indicó en la Introducción, Verón piensa a los colectivos de, al menos, dos maneras. En tal sentido, se sintetizarán algunos aspectos de los *colectivos de identificación* y luego se hará hincapié en los *colectivos de comunicación mediática*.

Verón (2013) definió, y se repite, que una acepción de colectivo encierra a la “clase de actores sociales que una sociedad reconoce como tal en un momento dado” (p. 421). En calidad de clasificación, este colectivo surge en el seno de la comunicación e implica operaciones lingüísticas: se identifica la clase bajo una determinada nominación y se le otorgan cualidades y/o comportamientos específicos<sup>4</sup>. Algunos colectivos nombrados por Verón son: demócratas, republicanos, nazis, católicos, amantes del rock, estudiantes, padres de familia, homosexuales, ricos, pobres. Su valor primordial es generar identidad, de allí que en muchas ocasiones Verón lo llame *colectivo de identificación*<sup>5</sup>. Esta propiedad hace que los colectivos ocupen un lugar central en sus indagaciones sobre los desfases entre lo social y lo individual.

Dialogando con la teoría de los sistemas sociales de Luhmann, Verón sostiene que comúnmente los colectivos son generados por las instituciones. Con ellos, los subsistemas sociales ordenan su entorno haciéndolo interpretable para su lógica. Dentro de ese entorno se encuentran los sistemas socioindividuales, es decir, los sistemas de actores individuales pertenecientes a una sociedad. Para la lógica de los subsistemas, ese entorno se presenta desordenado y la forma de ordenarlo es a través de los colectivos:

La producción de colectivos es uno de los aspectos claves de la permanente generación de diferencias que caracteriza las operaciones de los sistemas y subsistemas sociales autorganizantes y autopoieticos: *producen su entorno de sistemas socioindividuales como un entorno organizado bajo la forma de identidades colectivas* (2013, p. 422; cursivas del original)<sup>6</sup>.

Así, por ejemplo, el subsistema sanitario organiza su entorno en doctores, pacientes, enfermos de cáncer, enfermos de tuberculosis o de otras patologías. Por medio de estos colectivos, las instituciones hospitalarias regulan su interpenetración con los sistemas socioindividuales. Si una embarazada llega a un

<sup>4</sup> Esto no implica que Verón sostenga que no existan operaciones extralingüísticas, pero las lingüísticas juegan un papel fundamental por tratarse de una clasificación.

<sup>5</sup> En *La palabra adversativa*, Verón (1987b) presenta una taxonomía de colectivos del discurso político en la que el *colectivo de identificación* es uno de los tipos (los otros dos son el *colectivo ampliado* y el *meta-colectivo singular*). Luego, en la mayoría de sus escritos, él usa *colectivo de identificación* para referirse a los colectivos en general. También usa *colectivo virtual* o *formal* o directamente habla de *colectivo* a secas, pero siempre destaca el carácter identitario. En *Esquema para el análisis de la mediatización*, Verón (1997) discrimina cuatro “zonas” de producción de colectivos identitarios: la relación de los medios con las instituciones, la relación de los medios con los actores individuales, la relación de las instituciones con los actores y la manera en que los medios afectan las relaciones entre las instituciones y los actores.

<sup>6</sup> Las cursivas que se presentan en las citas siguientes son del original.

hospital, la institución actuará sobre ella siguiendo el protocolo destinado a ese colectivo, más allá de los rasgos que la hagan única como sistema socioindividual. Mediante los colectivos, entonces, el sistema social –siguiendo su lógica– hace coherente el entorno. A su vez, desde los sistemas socioindividuales, los colectivos habilitan a que los actores individuales puedan articularse con el sistema social.

La mujer gestante del ejemplo antes mencionado se articula con el subsistema sanitario bajo el colectivo “embarazada”. Otros colectivos articulan a los actores a otros subsistemas: el colectivo “consumidor” al mercado, el “ciudadano” al sistema político democrático, etc. Ahora bien, Verón advierte que esas interpenetraciones entre sistemas no se dan de forma convergente. La configuración coherente y armónica que el sistema social le da a su entorno mediante los colectivos es coherente y armónica sólo para un observador enfocado en ese sistema. Si el observador se enfoca también en los sistemas socioindividuales encontrará múltiples divergencias porque poseen lógicas diferentes al sistema social. Esta es la razón por la que existe, para Verón, la circulación mediática:

Con la ayuda de algunos conceptos luhmannianos, podríamos decir que cuando trabajamos en reconocimiento estamos observando procesos que forman parte de la autopoiesis de sistemas psíquicos, y que cuando trabajamos en producción estamos observando procesos de autopoiesis de un sistema o subsistema social. Esta sería una primera forma de precisar la hipótesis según la cual en uno y otro polo de la circulación están operando lógicas cualitativamente distintas –lo cual explicaría el carácter estructural del desfase– (2013, p. 302)<sup>7</sup>.

Vistos desde el sistema social, los colectivos de identificación serían operadores en pos de regular la circulación. Y, como normalmente los generan instituciones, se encontrarían en instancia de producción<sup>8</sup>. ¿Cuál es el rol de los medios en todo esto? Por un lado, refuerzan la producción y la estabilidad de los colectivos a lo largo del tiempo. Por otro, en la medida en que se constituyen en instituciones, conforman sus propios colectivos; el colectivo “televidentes” es un ejemplo de ello<sup>9</sup>.

Ahora se hará referencia a la segunda concepción de colectivo. Verón lo denomina *colectivo de comunicación mediática*, lo cual permitirá determinar

7 Aquí Verón utiliza el término *sistema psíquico* de Luhmann, pero luego lo reemplazará por el de *sistema socioindividual*, apartándose de la perspectiva *psíquica* adoptada por el autor alemán.

8 Recordemos que Verón no asigna lugares fijos para las instancias de producción y reconocimiento, sino que ellas las designa el analista según su objeto de estudio. Una investigación bien podría ubicar la instancia de producción en el sistema socioindividual. En los escritos citados, Verón instala a los medios y a sus discursos en la instancia de producción, mientras que la discursividad de los actores individuales es colocada en función del problema que trata.

9 Verón observa que, a partir de la década del 80 del siglo XX, los *colectivos de identificación* del subsistema político tienden a combinarse con los colectivos generados por los medios masivos. El tema excede el espacio de este artículo, pero a quien le interese ese proceso en la contemporaneidad se le recomienda la lectura de Slimovich (2016, 2018).

en qué medida se aparta del otro colectivo que antes se sintetizó. Este colectivo redundante en un agrupamiento de individuos concentrados en un foco central de interés. Verón lo ejemplifica con una experiencia en la playa de Japaratinga, Brasil, cuando aparece un manatí que llama la atención de las personas presentes en el lugar:

En cuestión de minutos, un grupo heterogéneo compuesto por habitantes del pueblo, turistas, pescadores, algún funcionario municipal y unas pocas personas interesadas en la comunicación y la semiótica, se había convertido en un colectivo intensamente concentrado en un foco central de interés. Sin tener conciencia de ello en ese momento había asistido al nacimiento de una escena social y su *público*. Luna [el manatí] fue el mejor programa de televisión de aquella tarde, y más a la moda, imposible: interactivo. Se sacaron innumerables fotografías, lo cual expresaba una característica básica de todos los públicos. Por un lado, los que están en esa situación son un colectivo; están produciendo, en el instante mismo, un vínculo social. (...) En nuestras sociedades el sistema de medios no hace otra cosa que generar día tras día, colectivos. En el lejano pasado histórico y hasta no hace mucho, esos colectivos eran públicos presenciales y en tiempo real, como en el teatro. En esta modernidad tardía que vivimos, la mayoría de los colectivos se transforma en públicos virtuales, y la simultaneidad en el tiempo es cada vez menos una condición de la puesta en escena. Todos estos son colectivos de comunicación, que existen en la medida que sus miembros comparten la focalización, más o menos intensa, en una escena (2011 [2009], p. 75).

Como puede advertirse, esta concepción de colectivo difiere de la anterior en varios aspectos. Por empezar, pertenece al plano de la comunicación y no del enunciado. No es una clasificación producto de operaciones lingüísticas ni un colectivo *formal* o *virtual*, sino un agrupamiento de individuos que resulta de una escena de recepción específica acotada a un tiempo y espacio determinados, cuando es *cara a cara*, o con saltos temporales y/o espaciales, si es mediatizada. Así, mientras los colectivos identitarios son *productos discursivos*, los colectivos de comunicación y mediáticos producen discursividad que, por ser resultado de una recepción, se encuentra en instancia de reconocimiento.

Otra diferencia es la *temporalidad vincular*. Una cualidad de los colectivos de identificación es que vinculan a los actores individuales con los subsistemas sociales a largo plazo. Justamente Pizzorno, sociólogo del que Verón se sirve para elaborar su concepción de colectivo, había postulado que una condición estructural de las democracias son las identidades colectivas, porque gracias a ellas los actores individuales pueden resguardar sus intereses al momento de votar (Verón, 1994). El productor agropecuario, por ejemplo, confía en que seguirá siéndolo más allá de las elecciones. Eso le permite calcular los costos y los beneficios futuros que suponen cada candidato. La temporalidad vincular de los colectivos de comunicación, en cambio, es de corto alcance, dura lo que dure el evento que es foco de atención. Cuando el manatí vuelve al mar, el colectivo

se disuelve, cuando el programa televisivo termina, ya no tiene espectadores. El vínculo en todo caso se prolonga en la nueva emisión del programa, de ahí que Verón le haya dado tanta importancia a la enunciación, porque la extensión de la temporalidad vincular entre un producto mediático y su público depende en gran medida del contrato de lectura que proponga.

Finalmente, la última diferencia que nos interesa resaltar es que los colectivos de comunicación no generan identificación ni implican la constitución de colectivos identitarios. Verón es claro en esto. Cuando describe a los integrantes del agrupamiento que provocó el manatí, enumera diferentes colectivos formales: habitantes, turistas, pescadores, etc. Ser espectador de un programa, por ejemplo, no implica pertenecer a un determinado colectivo de identificación.

Luego de haber discriminado el colectivo de comunicación –mediática– del colectivo de identificación, el trabajo pasará a describir las cualidades que adquiere en el sistema mediático contemporáneo, comparándolas con las cualidades que señaló Verón cuando los medios masivos dominaban la mediatización. Para ello, se comenzará haciendo referencia a los aportes que introduce Carlón a esta problemática.

### 3. LOS COLECTIVOS HIPERMEDIÁTICOS

Continuando la periodización veroniana que distingue a las sociedades mediáticas de las sociedades mediatizadas, Carlón postula la instauración de una nueva sociedad: la hipermediatizada (2015a; 2015b). Una de sus características es que, gracias a la web 2.0 y a las redes sociales mediáticas, la mediatización que venía expandiéndose en el período anterior aumenta extendiéndose al conjunto de lo social, incluyendo individuos y colectivos. Cada vez que alguien abre una cuenta de Facebook, Twitter, etc., se constituye en un medio de comunicación (Carlón, 2012). Por eso Carlón hable de *medios individuales* y *medios colectivos*, y de *enunciadores hipermediáticos individuales y colectivos* (2017)<sup>10</sup>. Esta observación marca una primera gran diferencia con respecto al modo en que Verón supo ubicar a los integrantes de la comunicación mediática: las instituciones en instancia de producción y los colectivos e individuos en instancia de reconocimiento. Para Carlón esa disposición no alcanzaba para dar cuenta de un sistema hipermediático donde viven medios de comunicación con medios soportados en Internet y la telefonía móvil. Ahora, tanto individuos como colectivos producen discursividad mediática; en consecuencia, el analista ya no hallará en instancia de producción a las instituciones y en instancia de reconocimiento a los colectivos e individuos, sino que estos pueden encontrarse indistintamente en uno y otro lado. Basta con ver cómo cotidianamente los medios masivos actúan en reconocimiento al servirse de la producción de

<sup>10</sup> Carlón (2017) distingue los siguientes enunciadores hipermediáticos: *medios masivos* (MM), *medios masivos digitales* (MDM), *colectivos mediatizados* (CM), *colectivos sociales mediatizados* (CSM), *individuos profesionales* (INDP) e *individuos amateurs* (IA).

las redes para alimentar su agenda. Este nuevo escenario trae una significativa transformación a la conformación de colectivos mediáticos y colectivos de identificación, ya que actualmente individuos y colectivos tienen la facultad de generarlos.

Comenzando por los colectivos mediáticos, vale mencionar que cualquier cuenta en YouTube, Twitter o Snapchat puede conformar un colectivo mediático que tiene su producción en reconocimiento en los comentarios: likes, dislikes, compartir y otros. Esos colectivos mediáticos pueden alcanzar un número de integrantes aún mayor que los medios masivos. El youtuber *HolasoyGerman*, por ejemplo, en febrero de 2019, cuando se escribe este artículo, ya él tenía 35 millones de suscriptores. Por eso Carlón se ocupa de aclarar que, aunque se trate de medios individuales, casos como los youtubers no expresan una mirada subjetiva o individual, sino una supraindividual, ya que sus producciones comparten algún tipo de sintonía estilística, lo que no implica que necesariamente conformen colectivos de identificación. No obstante, como acaba de decirse, hay casos en los que medios individuales y colectivos sí generan identificación colectiva. A través de la cita de diferentes investigaciones, Carlón (2018) plantea el inicio de una compleja sistematización de colectivos de identificación mediatizados:

En una monografía que analizó la circulación hipermediática de colectivos surgidos con motivo de la votación de la ley de aborto legal en la Argentina, titulado *De las redes a la calle: El pañuelazo* (Cutignola, Ferracutti, Ferro & Giqueaux, 2018), se sostuvo que hay colectivos que surgen de otros colectivos, refiriéndose así, por ejemplo, a “línea peluda” y “actrices argentinas”, colectivo surgido en el marco del proceso iniciado por el tuit que convocaba a un “tuitazo” y un “pañuelazo” desde la cuenta @CampAbortoLegal. En otra monografía, *Cuidemos las dos vidas* (Cho, Komiyama, Martino, Montesano y Rubino, 2018), se demostró que hay colectivos que surgen en relación antagónica a otros colectivos que acaban de manifestarse (un colectivo de actrices argentinas surge en respuesta al video “Cuidemos las dos vidas” subido a una cuenta de YouTube por la Red de Integración Social y Estratégica). Esto nos permite pensar que hay colectivos que son “madres” de otros colectivos (como #niunamenos); otros que surgen por fragmentación o desmembramiento de un colectivo original; otros que emergen debido a procesos de adhesión o de oposición a colectivos existentes, etc. (p. 28)<sup>11</sup>.

El surgimiento de estos colectivos seguramente no se agota en la mediatización, algunos de ellos producen movimientos sociales que introducen su propia dinámica. Sin embargo, puede afirmarse que todos resultan de la actividad de los colectivos mediáticos generados por los medios individuales y colectivos implicados. Lo que se buscará hacer ahora es señalar algunas cualidades de esos colectivos en pos de comprender cómo operan en reconocimiento.

11 Ambas monografías fueron desarrolladas en el curso de “Comunicación Visual”, dictado por Mario Carlón en la Universidad de San Andrés; de allí el uso de las mismas en la cita referida: Carlón (2018).

#### 4. LOS COLECTIVOS HIPERMEDIÁTICOS EN RECONOCIMIENTO

¿Qué diferencia, en reconocimiento, a los colectivos mediáticos producidos por los medios masivos de los colectivos mediáticos de las redes? Al menos tres aspectos son significativos: la convergencia de un público mediatizado, la individuación de sus integrantes y una interacción con baja mediación institucional habilitada a promover saltos de escala. Detengámonos en el primero. Lo que distingue a un colectivo mediático de un colectivo de comunicación es que este último se conforma en un desfase espacial y, a veces, también temporal con respecto al foco de interés. En un porcentaje importante, el procesamiento social de ese desfase tuvo por resultado el aislamiento de los integrantes del colectivo.

El libro, por ejemplo, posibilitó la recepción individual de la palabra escrita, y lo mismo ocurrió con la música de los discos, lo audiovisual de los DVDs, etc. Aún en los casos de recepción hogareña, como solía figurarse la espectación televisiva del siglo pasado, el colectivo estaba *solo* en el sentido de que no era *pública* su recepción: los televidentes raramente compartían la espectación con desconocidos como ocurría en los espectáculos públicos. Sólo sabían qué clase de colectivo integraban cuando comentaban con sus amigos el programa que veían, leían las críticas, las mediciones de audiencia, etc. (Barreiros, 2005). En las redes sociales, el espacio destinado a los comentarios habilita la convergencia de esas múltiples recepciones solitarias produciéndose una escena de escucha, lectura y espectación que se contacta con la recepción pública de los colectivos de comunicación. Algo que puede graficarse y precisar la idea tomando el siguiente caso.

Un hábito de los fans del programa cómico *Peter Capusotto y sus videos*<sup>12</sup> es subir a YouTube los sketches que se emitieron en la televisión. Uno muy exitoso es *Micky Vainilla*, personaje que representa a un cantante pop, nazi y fascista<sup>13</sup>. Su humor es propio de la sátira paródica posmoderna, entre otras razones, porque el personaje se construye como objeto cómico al exagerar su racismo contra los latinos, los pobres, los obesos, etc. En los comentarios de sus sketches aparecen risas, se retoman situaciones cómicas, se imita su humor y hasta se elaboran reflexiones serias acerca de la discriminación en nuestras sociedades. Se podría decir que estos reconocimientos tienen poca circulación y pertenecen a esa *parroquia* de saberes compartidos a la que aludía Bergson (1899) como condición necesaria para interpretar lo cómico. Pero existen otros comentarios que demuestran la diversidad del colectivo por su mayor circulación. Hay internautas que se ofenden con el sketch y acusan de racistas a los creadores y a todos los que se ríen de eso. Por ejemplo:

12 *Peter Capusotto y sus videos* es un programa cómico argentino emitido entre el 2006 y el 2015 por Canal 7 y el 2017 y 2018 por Canal 9. Sus directores y guionistas fueron Pedro Saborido y Diego Capusotto, este último fue también el cómico principal del elenco.

13 Véase un análisis del humor de este sketch en Fraticelli (2010).



Jayro Luciano  
 LA REPUTA QUE LES PARIO A LOS QUE LES GUSTA ESTA WEBADA,  
 QUE CONCEPTO DE MIERDA TIENE ESE IDIOTA SOBRE NOSOTROS  
 LOS PERUANOS? ENCIMA PARECE MARICON Y ANDA HABLANDO DE  
 LA DISCRIMINACION<sup>14</sup>.

Y hay internautas que se ríen, pero sin advertir que se trata de una parodia. No se ríen *de* Micky Vainilla, sino *con* Micky Vainilla obteniendo placer de sus dichos racistas:

Ionmendoza09  
 ja! aguante capu abajo los morochos de piel oscura q no quieren laburar y solo escuchan cumbia. Ay que sacarlos del país a todos!!!!<sup>15</sup>.

Ante estos comentarios, hay internautas que responden aleccionando cómo debe ser interpretada la propuesta del sketch:

Clivhe  
 @rafa14061993 ¿pero q no entiendes que es una crítica y parodia exagerada al racismo latinoamericano???? tienes que estar cerrado como para no darte cuenta que es un programa de humor que ridiculiza y caricaturiza un tipo particular de persona, hasta el mismo personaje dice que se siente “discriminado” cuando el que discrimina es él pero obviamente no va a salir capussotto cada 5 mins explicándote cada chiste, de antemano tienes q entenderlo en el primer minuto<sup>16</sup>.

Como puede advertirse, el colectivo que construye YouTube dista mucho del de la televisión histórica. En ella, los integrantes del colectivo mediático estaban aislados sin compartir sus saberes, valores, etc. En las redes sociales mediáticas, a través de su espacio de comentarios, convergen distintas *parroquias* que producen interpretaciones que se postulan equivalentes, aun existiendo comentarios aleccionadores que intentan anclar el sentido a la propuesta enunciativa de producción. Con el humor, pero también con otras discursividades, las redes iniciaron una nueva etapa de la circulación mediática en la que el medio hace converger en un mismo espacio las manifestaciones de la diversidad de gramáticas de reconocimiento de los colectivos.

La segunda diferencia entre los colectivos mediáticos de los medios masivos y los hipermediáticos es la *individuación* de sus integrantes. En otro trabajo (Scolari & Fraticelli, 2017) se ha señalado que esta operación la generan las redes a través de sus interfaces con los contadores de vistas, de suscripciones, los botones de likes, dislikes, los nicknames, etc. Ellos hacen que la producción discursiva de un internauta no sea equivalente a la de otro, porque cada like, por ejemplo, tiene el valor individual de acrecentar los likes que figuran en la panta-

<sup>14</sup> Los comentarios están disponibles en la web y se transcriben sin modificar su redacción. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=UC53U4NqL5c> Consulta: 10/01/2019.

<sup>15</sup> *Ibidem*.

<sup>16</sup> *Ibidem*.

lla y menos equivalente es aún si ese like está linkado al nickname como ocurre en Facebook. Nada similar sucede en medios masivos como la televisión o la radio. En ellos no existe ningún indicador que le permita al receptor saber cuántos ni quiénes son los que comparten su foco de atención. Esa individuación del colectivo tiene diversos efectos. Uno de ellos es la exposición del *estatuto* de sus integrantes; es decir, si se trata de individuos, colectivos o instituciones. Otro es que las jerarquizaciones externas al medio se trasladan al colectivo.

En un video, Grego Rosello, cómico instagramer argentino, festejó que Messi se hizo seguidor de su cuenta, algo que pudo verificar su colectivo viendo el listado de seguidores<sup>17</sup>. A su vez, también se establecen jerarquizaciones del colectivo internas al medio. El sitio de Facebook Eameo premia con un trofeo virtual al integrante de su colectivo que mejores memes suba a su página<sup>18</sup>. Y, por último, otra práctica común vinculada a la individuación es el *stalkeo* a partir del nickname de los comentarios. Slimovich (2017) muestra cómo seguidores del presidente Macri investigaron a los integrantes del colectivo agrupado por el hashtag #ElfracasoDeMacri y denunciaron la presencia de *bots* y *trolls*, desacreditando así la protesta.

La tercera y última diferencia, tal como fue planteado, es la interacción con baja mediación institucional habilitada a promover saltos de escala. La interacción entre el colectivo mediático y los productores discursivos no es una novedad para la historia de la mediatización. Se sabe, por ejemplo, que los autores de folletines modificaban sus historias según los pedidos de las cartas de sus lectores. Desde fines del siglo XX, las instituciones mediáticas evalúan y planifican su producción con técnicas de investigación como el *focus group* y las mediciones de audiencia. Sin embargo, no existían medios con la posibilidad de albergar los reconocimientos de su colectivo con escaso desfase temporal y baja mediación institucional. En las redes, los comentarios llegan “directamente” a los propietarios de las cuentas y operan como condicionamiento productivo. A su vez, el colectivo que los genera tiene la facultad de propagar la producción de la cuenta y provocar saltos de escala, como ocurre cuando un video es tan compartido que asciende a los medios masivos de comunicación. En este sentido, se puede comprender la relación entre las cuentas y sus colectivos como un sistema de producción discursiva, al que se llamará *sistema de cuenta*<sup>19</sup>, y que podría graficarse de la siguiente manera<sup>20</sup>:

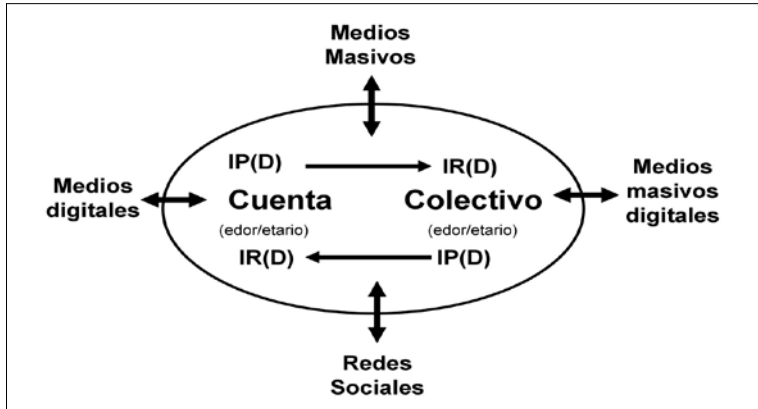
17 Este tipo de efectos se producen porque la individuación está asociada a una gramática productiva similar a la que se encuentra en el género autobiográfico: supone, en reconocimiento, que existe una identidad entre el personaje, el narrador y el autor (Carlón, 2017).

18 Consultado: 22/01/2019. En línea. Recuperado de: <https://www.facebook.com/eh.ameoo/>

19 Al hablar de *cuentas* se alude a lo que habitualmente se denomina cuenta de usuario, pero para desarrollar un enfoque enunciativo se prefiere quitar el término *usuario* debido a que proviene del ámbito de la informática y suele cargarse de subjetividad en los estudios comunicacionales.

20 El gráfico está en diálogo con la forma en que Carlón (2016, 2017) propone graficar la circulación hipermediática. En ella los medios masivos se encuentran arriba y los medios masivos digitales, los medios digitales y las redes sociales abajo.

Gráfico 1. Esquema de sistema de cuenta



Fuente: elaboración del autor.

El sistema de cuenta se compone de la cuenta y de su colectivo individuado. Ambos ocupan alternativamente la instancia de producción IP(D) y reconocimiento IR(D). Y, a su vez, son enunciadores y enunciatarios debido a que los discursos intercambiados los construyen de esa manera<sup>21</sup>.

El entorno del sistema lo forman otros sistemas de las redes sociales y las instituciones mediáticas (medios masivos, medios masivos digitales y medios digitales). Con ellos mantiene relaciones de interpenetración. ¿Por qué pensar esta relación como un sistema? Porque en los intercambios entre la cuenta y su colectivo se constituyen gramáticas productivas que muestran lógicas de procesamiento diferentes al entorno. Se intentará demostrarlo retomando un estudio que realizamos sobre la circulación hipermediática del youtuber Zekiel79 (Fraticeili, 2019)<sup>22</sup>.

## 5. LÓGICAS DE UN SISTEMA DE CUENTA

Zekiel79 es un youtuber argentino que se apropia de transmisiones de fútbol televisivas y las edita paródicamente. En el transcurso de cuatro años (2013-2017), su producción se propagó a nivel internacional y alcanzó a ser transmitida por la televisión de los más diversos países. Este salto de escala se produjo gracias a las relaciones intersistémicas entre el subsistema de medios

21 En el marco de la teoría de Verón, Fausto Neto (2010) ha planteado que la mediatización contemporánea exige la articulación de la interacción y la enunciacón para comprender la circulación del sentido. Este trabajo puede leerse en línea con esa propuesta.

22 Dicha investigación partió de una monografía realizada durante el 2016 con el modelo de la circulación hipermediática (Carlón, 2016, 2017, 2018). El trabajo fue realizado en la Comisión 23 de la materia "Semiótica de redes", Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina. El grupo de estudiantes que se ocupó del caso estuvo integrado por Diego Canale, Lucía Centaro, Pablo González, Aldana Grobly, Luciano Schiffer, Camila Pereyra y Florencia Vega.

basados en Internet y la telefonía móvil, y el subsistema de medios masivos. Su desarrollo se dio en tres etapas, primero se propagó a nivel nacional, luego sudamericano y, finalmente, internacional. Aquí no se hará foco en describir las diferentes fases que constituyen su circulación hipermediática, ya que eso se trabajó en Fraticelli (2019), sino en la manera en que actuó el sistema de cuenta.

Observando el desarrollo de su circulación, se pudieron distinguir operaciones independientes de los saltos de escala y operaciones que sí resultaron de ellos. En relación con el primer tipo, se destacó la operación de *expansión del colectivo*. Desde un comienzo, sus integrantes compartieron los videos por sus cuentas personales en otras redes diferentes a YouTube. En algunas ocasiones, ese compartir provocó la propagación de los videos, como ocurrió con la parodia *Atajada de Barovero a Gigliotti Sudamericana 2014*<sup>23</sup>, que se expandió por Facebook y Whatsapp y significó el primer salto de escala de Zekiel79. Esas expansiones produjeron el aumento del colectivo sumando nuevos suscriptores y visionados y, además, preanunciaron la aparición de los videos en portales de noticias y medios masivos. En la segunda fase de su circulación, por ejemplo, las parodias de la Copa América cruzaron las fronteras nacionales y, primero, incorporaron internautas latinoamericanos al colectivo y, después, aparecieron en los canales televisivos de la región.

También desde el inicio del canal, se instaló la dinámica de *mutuo condicionamiento* entre el youtuber y su colectivo. Los comentarios del colectivo actuaron como reconocimiento de la discursividad de Zekiel79 y, simultáneamente, como parte de sus condiciones de producción. Por ejemplo, los primeros videos presentaban una placa que decía: “Bostero, te querés matar! LTA”<sup>24</sup>, que anclaba la enunciación de Zekiel79 en la de un simpatizante de River Plate, institución deportiva que tiene una histórica rivalidad con el club Boca Juniors, a cuyos hinchas se los llama “bosteros”. Esos hinchas le reclamaron a Zekiel79 que sacara esa placa porque les impedía compartir sus videos con otros seguidores de su equipo. Zekiel79 obedeció al pedido y desligó su enunciación a un club de fútbol en particular. De esa manera, habilitó a que sus videos fueran apropiados y compartidos por los hinchas de cualquier equipo. Esto es una de las razones del éxito actual de su propagación.

Otras gramáticas independientes de los saltos de escala fueron las que figuraron<sup>25</sup> enunciativamente a Zekiel79 y su colectivo. Con la apertura de una cuenta de Facebook, Zekiel79 fue asumiendo la enunciación del autorretrato

<sup>23</sup> Consultado: 12/2/2017. En línea: <https://www.youtube.com/watch?v=8KhdptEIXBE>

<sup>24</sup> *Bostero* es un juego de palabras entre *bosta* y Boca. Y “LTA” es la abreviación de “La Tenés Adentro”, insulto homofóbico que se popularizó luego de que fuera utilizado por el director técnico y exfutbolista argentino Diego Maradona en una conferencia de prensa.

<sup>25</sup> Seguimos aquí la definición de figuración propuesta por Traversa (1997), quien entiende que se trata de los modos de semiotización de una entidad identificable, según un régimen discursivo (publicitarios, didáctico, político, etc.). En su calidad de construcción, es el resultado de la intersección de cadenas de operaciones que se sitúan en distintos niveles de organización de los textos: imágenes, textos escritos, composición gráfica, etc., el resultado de diversas operaciones, en las que se ponen en juego diferentes dispositivos productivos.

y la autobiografía. En el cotidiano intercambio entre su colectivo y él, fueron colándose enunciados sobre su vida privada (trabajo, familia, salud): si bien nunca conformaron la temática central del canal, fueron ocupando un espacio cada vez más significativo.

En el ámbito del colectivo, desde el comienzo se afincaron dos posturas de reconocimiento: la que atendió al referente de los videos y la que apreció la poética. En la primera, dominaron la burla y los insultos entre hinchas, y la relación con Zekiel79 fue plenamente simétrica. Fue figurado como hincha de River Plate y recibió el mismo tratamiento que el resto de los integrantes de ese colectivo identitario. En la segunda, prevaleció la interpretación humorística, incluso los hinchas del equipo burlado pudieron reírse de su club. La relación con Zekiel79 tendió a ser asimétrica, reconociéndolo como un autor con un saber-hacer que el resto no poseía.

Las gramáticas que se acaban de describir se articularon con otras que surgieron de los saltos de escala y de las relaciones intersistémicas. La aparición de los videos en los medios masivos fue procesada por el sistema de cuenta. Esto le otorgó al enunciador Zekiel79 un estatuto superior con respecto al colectivo. Ante este nuevo posicionamiento, el enunciador respondió incrementando los procedimientos para atenuar la asimetría: compartió el éxito del canal con el colectivo, solicitó que colaboraran con ideas para hacer nuevos videos, produjo esas ideas incluyendo el nombre de los contribuyentes, etc. Simultáneamente, en el colectivo surgió una nueva postura enunciativa: la de los fans. Este grupo respondió con rapidez los comentarios del youtuber, rememoró constantemente su historia, se preocupó por los inconvenientes de su vida personal y actuó defendiendo sus derechos de autor. En una ocasión, el portal de noticias deportivas *Goal* subió un video de Zekiel79, pero le atribuyó la autoría a la página de Facebook Fútbol Argentino. Zekiel79 le avisó al colectivo y le pidió que “hiciera justicia”. En pocos minutos, *Goal* recibió tantos reclamos que corrigió el error y se disculpó con el youtuber. De este modo, los fans se constituyeron en centinelas de sus producciones, no solamente haciendo ese tipo de acciones, sino también informando cuáles instituciones mediáticas se las apropiaban sin dar crédito a Zekiel79 y proponiéndole tácticas para superar las censuras que YouTube le imponía por reclamos de *copyright*.

Como puede observarse, el sistema que conforman Zekiel79 y su colectivo mantienen relaciones de interpenetración con los sistemas de su entorno. Los saltos de escala que dio la producción del youtuber estuvieron ligados a la actividad del colectivo y, a su vez, los efectos que tuvo su propagación volvieron a penetrar en el sistema de cuenta y fueron procesados bajo las lógicas que establecieron sus gramáticas productivas. Así, por ejemplo, el colectivo propagó los videos hasta que llegaron a la televisión, pero a su vez, la noticia de que salían por televisión ingresaba al sistema mediante posts de Zekiel79 o de algún integrante del colectivo y esto se procesaba incrementando la asimetría entre él

y sus seguidores. Este rol que cumple el colectivo no suele ser tenido en cuenta cuando se intenta explicar el éxito de los youtubers, sin embargo, la propagación y las poéticas que adquieren sus videos los tienen como condición productiva<sup>26</sup>.

Por otra parte, más allá del caso particular, la descripción realizada muestra que en los sistemas de cuentas conviven múltiples gramáticas que resultan de los intercambios discursivos, las cualidades de los medios en los que se desarrollan, las prácticas hipermediáticas articuladas y las relaciones con el entorno. La operación de *expansión del colectivo*, por ejemplo, que frecuentemente se encuentra en esos sistemas, no se presenta de la misma manera en los canales públicos de YouTube que en los grupos de Facebook, en donde la incorporación de integrantes al colectivo pueden regularla los administradores. En este sentido, se podría diferenciar sistemas de cuentas públicos, semipúblicos y privados. En los primeros, la cuenta es factible de ser encontrada por un buscador y el acceso al colectivo no necesita la aprobación de un administrador. En el segundo tipo, sí es necesaria esa aprobación y, en el tercero, la cuenta no aparece en los buscadores y la incorporación al colectivo es por invitación. El sistema de Zekiel79 pertenecería al tipo público, como sucede con el resto de los youtubers.

## 6. DE COLECTIVOS MEDIÁTICOS A HIPERMEDIÁTICOS EN SISTEMAS DE CUENTAS

Con el recorrido hasta aquí realizado se espera haber contribuido con el trabajo iniciado por Verón y continuado por Carlón en la comprensión de los colectivos mediatizados. Se distinguieron las dos concepciones de colectivo que se destacan en la obra de Verón y se hizo referencia a los aportes que realiza Carlón al indagar ese fenómeno en el nuevo sistema mediático. Se puede decir que los cambios que trajo la hipermediatización obligan a realizar ajustes conceptuales, como el hecho de desanclar los colectivos del reconocimiento y emplazarlos, también, en la producción mediatizada.

En línea con estas indagaciones, se intentó señalar algunas de las cualidades que adquieren los colectivos mediáticos en las redes cuando están en reconocimiento: la convergencia de un público mediatizado, la individuación de sus integrantes y una interacción con baja mediación institucional que puede generar saltos de escala. Sobre este último aspecto se postuló que el intercambio entre la cuenta y su colectivo puede comprenderse como un sistema de producción discursiva al que llamamos *sistema de cuenta*. En él se desarrollan gramáticas que procesan sus vínculos con otros sistemas (medios digitales, medios masivos, otras cuentas, etc.). Analizar los sistemas de cuentas permite aumentar el conocimiento de la circulación hipermediática, porque ellos pueden operar como su condición de posibilidad. Si las redes sociales mediáticas y los medios masivos son sistemas, los sistemas de cuentas integran su entorno.

<sup>26</sup> Por supuesto que la actividad del colectivo no siempre beneficia al propietario de la cuenta. En muchas ocasiones, la propagación lo perjudica al grado de perder su empleo, matrimonio o, incluso, llevarlo a prisión.

## REFERENCIAS

- Barreiros, R. (2005). Paisaje del público en la pantalla de televisión. Hoy, lo cómico. *Figuraciones, El arte y lo cómico*, 3, pp. 74-91.
- Bergson, H. (2009 [1899]). *La risa. Ensayo sobre el significado de lo cómico*. Buenos Aires: Losada.
- Carlón, M. (2018). Medios individuales, medios colectivos y circulación transversal. Desde “adentro hacia afuera” y desde “afuera hacia adentro” (o cómo afecta la nueva circulación a las instituciones sociales). En Castro, P. (org.), *Circulação discursiva e transformação da sociedade* (pp. 26-40). Campina Grande: Eduebp.
- Carlón, M. (2017). La cultura mediática contemporánea: otro motor, otra combustión. (Segunda apropiación de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón: la dimensión espacial). En Castro, P. (org.), *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento* (pp. 25-48). Maceió: Edufal.
- Carlón, M. (2016). Apropiación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón. En Vizer, E. & Vidales C. (coords.), *Comunicación, campo(s), teorías y problemas. Una perspectiva Internacional* (pp. 125-153). Barcelona: Editorial Comunicación Social.
- Carlón, M. (2015a). Registrar, subir, compartir. Prácticas fotográficas en la era contemporánea. En *Actas V Simposio Internacional de Estética: estética, medios y subjetividades*. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica.
- Carlón, M. (2015b). Público, privado e íntimo: el caso Chicas bondi y el conflicto entre derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea. En Castro, P. (org.), *Dicotomía público/privado: ¿estamos no camino certo?* (pp. 211-232). Maceió: EDUFA.
- Carlón, M. (2012). En el ojo de la convergencia. Los discursos de los usuarios de Facebook durante la transmisión televisiva de la votación de la ley de matrimonio igualitario. En Carlón, M. & Fausto Neto, A. (comps.) *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación* (pp. 173-194). Buenos Aires: La Crujía.
- Cingolani, G. (2018). La Sémiotique Sociale en reconnaissance. La médiatisation et les individus dans la dernière étape du travail d'Eliseo Verón. Eliseo Verón. Vers une sémio-anthropologie. En Gómez Mejía, G., Le Marec J. & Souchier E. (coords.), *Communication & Langages*, 196, 73-86
- Fausto Neto, A. (2010). A circulação além das bordas. En Fausto Neto, A. & Valdetaro, S. (dirs.), *Mediatización, sociedad y sentido: aproximaciones comparativas de modelos brasileños y argentinos* (pp. 2-17). Rosario: UNR.
- Fraticelli, D. (2019). Zekiél79: youtubers y medios masivos. La circulación de una relación compleja. En Carlón, M. (dir.), *La (in)comunicación contemporánea: de las redes sociales a los medios masivos y de los medios masivos a las redes sociales*. Inédito: en prensa.

- Fraticelli, D. (2010). Desenmascarando al ciudadano (porteño). El humor político de Micky Vainilla en Peter Capusotto y sus videos. *Revista L.I.S.Letra. Imagen. Sonido. Ciudad Mediatizada*, 5, 54-71
- Scolari & Fraticelli, D. (2017). The case of the top Spanish YouTubers Emerging media subjects and discourse practices in the new media ecology. *Convergence*, 35, 51-63.
- Slimovich, A. (2018). La mediatización contemporánea de lo político. Los discursos presidenciales en las redes sociales y la reacción ciudadana argentina. En Dagatti, M. & Sargentini, V. (eds.), *Los pueblos de la democracia. Política y medios en el siglo XXI* (pp. 273-296). Buenos Aires: La Bicicleta Ediciones.
- Slimovich, A. (2017). La ruta digital a la presidencia argentina. Un análisis político e hipermediático de los discursos de Mauricio Macri en las redes sociales. *Dixit*, 26, 24-43.
- Slimovich, A. (2016). *La interfaz entre lo político y lo informativo en la mediatización televisiva y las redes sociales en las campañas argentinas de 2009 y 2011*. Tesis doctoral inédita. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Argentina.
- Traversa, O. (1997). *Cuerpos de papel. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1918-1940*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (2013). *La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.
- Verón, E. (2011 [2009]). El canto de las sirenas. En *Papeles en el tiempo* (pp.74-76). Buenos Aires: Paidós.
- Verón, E. (2001 [1984]). El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica. En *El cuerpo de las imágenes* (pp. 67-88). Buenos Aires: Gedisa.
- Verón, E. (1997). Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos de la Comunicación*, 48, 9-17.
- Verón, E. (1994). Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia, *Semiosfera*, 2, 5-36
- Verón, E. (1987a). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (1987b). La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. En Arfuch, L. et al., *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos* (pp. 19-26). Buenos Aires: Hachette.

\*Contribución: el 100% del trabajo pertenece al autor.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).



#### IDENTIFICACIÓN DEL AUTOR

**Damián Fraticelli.** Doctor en Ciencias Sociales y Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina. Profesor adjunto en la materia “Semiótica de redes”, Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales (FSOC), UBA, y Jefe de trabajos prácticos en las materias “Semiótica General” y “Semiótica y Comunicación”, Crítica y Curaduría, Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina. Dirige desde 2017 un grupo de investigación en comunicación dedicado al humor en las redes (FSOC-UBA). Miembro del proyecto de investigación *La mediatización en el entretrejado de los vínculos sociales* (UBACyT), dirigido por Mario Carlón. Ha publicado numerosos artículos en revistas nacionales e internacionales. Algunos de sus trabajos pueden encontrarse en Academia.edu. Su tesis doctoral obtuvo la calificación Sobresaliente *summa cum laude* con recomendación de publicación y fue segunda en orden de mérito en el Primer concurso de tesis doctorales 2018 organizado por la Asociación Argentina de Estudios sobre Cine y Audiovisual (ASAECA) y la Universidad de Quilmes (UNQ), Argentina.

#### REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

Fraticelli, D. (enero-junio, 2019). Los colectivos mediáticos de las redes. Algunas observaciones desde el humor ¿y más allá? *InMediaciones de la Comunicación*, 14(1), 47-63



# La proyección online del yo entre individuación y colectivización

## The Online Projection of the Self between Individuation and Collectivization

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1.2886>

► SEBASTIÁN MORENO BARRENECHE

morenobarreneche@gmail.com - Facultad de Administración y Ciencias Sociales, Universidad ORT Uruguay

Fecha de recepción: 22 de marzo de 2019

Fecha de aceptación: 4 de mayo de 2019

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3551-7117>

### RESUMEN

Las prácticas vinculadas con la proyección de la identidad personal que se llevan a cabo en medios digitales pueden y deben ser concebidas como prácticas de comunicación y, más ampliamente, de significación. Desde un enfoque semiótico, tales prácticas pueden ser concebidas como estrategias de enunciación del yo en las que los individuos, a través de actos creativos que implican la manipulación del plano de la expresión, consciente o inconscientemente gestionan la imagen que proyectan ante el mundo externo con ciertos fines

estratégicos, para producir un determinado efecto de sentido en cómo los demás los concebirán. El objetivo de este artículo es presentar una reflexión que ayude a concebir las prácticas de proyección del yo online como el resultado del empleo de una serie de recursos semióticos, apoyadas en una dinámica que oscila permanentemente entre dos polos: la individuación y la colectivización. Como en todo proceso de construcción identitaria, la proyección online de la identidad personal refleja esta necesidad de la dimensión colectiva para afirmar lo que es individual y único. La propuesta teórica se ilustra a partir de la presentación de ejemplos de creación de perfiles personales individuales en Instagram.

**PALABRAS CLAVE:** *autorepresentación, cultura digital, identidad, semiótica, Instagram.*

### ABSTRACT

The practices related to the projection of personal identity that are carried out on digital media can and should be conceived as practices of communication and, more widely, signification. From a semiotic approach, such

practices could be understood as strategies of enunciation of the self in which individuals, by means of creative acts that imply the manipulation of the dimension of the expression, consciously or unconsciously manage the image they project to the external world with strategic goals, aiming at producing a specific effect of sense in how the others conceive them. The goal of this paper is to present an argument that can help conceiving the identity projection practices that take place online as the result of the employment of a series of semiotic resources and that are based on a dynamic that per-

manently oscillates between two poles: individuation and collectivization. As it happens with every process of identity construction, the online projection of personal identity reflects this inescapable necessity of the collective dimension in order to affirm what is individual and unique. The theoretical proposal is illustrated by the discussion of some examples of how individuals create their individual personal profiles on Instagram.

**KEYWORDS:** *self-representation, digital culture, identity, semiotics, Instagram.*

## 1. INTRODUCCIÓN

Desde hace varios años, en relación a los cambios en las prácticas cotidianas resultantes de la difusión a nivel social de las nuevas tecnologías de la comunicación digital, se sostiene que se han establecido nuevas “formas de hacer” (de Certeau, 1978) que constituyen una nueva “cultura”: la llamada *cultura digital*. Concepto complejo y polisémico (Williams, 1976; Fornäs, 2017), y en el marco de la investigación y reflexión sobre las nuevas prácticas socioculturales que se desarrollan en torno a estas tecnologías, la cultura debe ser concebida, siguiendo las ideas de Geertz (1973) y Eco (1975), desde un enfoque semiótico, esto es, entendiéndola como “el conjunto de procesos de producción, circulación y consumo de las significaciones en la vida social” (García Canclini, 1999, p. 84). Por eso, el estudio de la esfera sociocultural debe ser conducido desde un enfoque interpretativo orientado a descifrar el sentido subyacente a las prácticas sociales (Floch, 1990).

Desde esta perspectiva, las prácticas vinculadas con la proyección de la identidad personal que se llevan a cabo en medios digitales pueden y deben ser concebidas como prácticas de comunicación y, más ampliamente, de significación. Tal como propone Sibilia, en el cambio de siglo los nuevos medios electrónicos y la *web* han fomentado una desintegración de las fronteras que separaban lo público de lo que antes era privado, dando lugar a nuevas prácticas de exhibición de la intimidad que la autora concibe como parte de un “show del yo” (2008, p. 42). Con un enfoque semiótico, tales prácticas pueden ser concebidas como estrategias de enunciación del yo (Arfuch, 2005), en las que los individuos, a través de actos creativos que implican la manipulación del plano de la expresión, consciente o inconscientemente gestionan la imagen que proyectan ante el mundo externo con ciertos fines estratégicos, para producir un determinado efecto de sentido en cómo los demás los concebirán. Como sugiere Turkle (2011), se ha producido “un cambio en cómo creamos y vivimos nuestras identidades” (p. xi). Según Thumim, “la auto-representación se ha vuelto ubicua precisamente debido a las posibilidades tecnológicas de la cultura digital” (2012, p. 144).

El objetivo de este artículo es presentar una reflexión que sea útil para concebir las prácticas de proyección del yo online como el resultado del empleo de una serie de recursos a disposición de los individuos para gestionar su yo social a partir de actos de *bricolaje* (Floch, 1995), consistentes en el reconocimiento y el empleo de formas significantes ya disponibles en la cultura. Como se argumentará, este proceso de proyección oscila dinámicamente entre dos polos: la individuación (referencia al “yo”) y la colectivización (referencia al “nosotros”). La hipótesis es que, como en todo proceso de construcción identitaria, el que aquí interesa analizar refleja esta inescapable necesidad de la dimensión colectiva para afirmar lo individual. En la primera sección del artículo se presenta la

perspectiva teórica desde la que se analizará el objeto de estudio –la proyección de la identidad personal en medios digitales como una dinámica oscilante entre la individuación y la colectivización–, para luego proceder a la discusión de la propuesta y, finalmente, ilustrarla a través del ejemplo concreto de la creación de perfiles individuales en Instagram.

## 2. ENFOQUE METODOLÓGICO: LA *MIRADA* SEMIÓTICA

La semiótica debe ser concebida como un tipo particular de *mirada* (Eco, 1975) orientada a comprender los procesos de significación (Marrone, 2018) que se dan en el seno de una cultura (Lorusso, 2010). Inicialmente avocada al estudio de textos en sentido tradicional –ficción literaria, avisos publicitarios, discursos políticos–, desde hace algunas décadas se está desarrollando un debate disciplinar interno que ha tenido como resultado la expansión de la aplicación del concepto de texto en tanto categoría de análisis, que desde entonces es utilizado por varios semióticos en sentido figurado, como un modelo para entender cualquier tipo de fenómeno de sentido, incluyendo también *prácticas* (Fontanille, 2008, 2016; Dondero, 2017).

Un trabajo clásico dentro de esta línea de investigación es el estudio sobre los *tipos de pasajeros* desarrollado por Floch (1990) para la RATP (Régie Autonome des Transports Parisiens), la empresa que administra el metro en París. Según Floch, un trayecto recorrido por un pasajero al utilizar el metro puede ser concebido como un texto siempre que cumpla tres condiciones: que “posea una clausura que lo individualice como una totalidad relativamente autónoma” (1990, p. 21), que pueda ser segmentado en “una cantidad limitada de unidades, etapas o momentos relacionados entre sí según ciertas reglas” (ibídem), y que tenga una orientación. A partir de esta propuesta metodológica, una acción aparentemente insignificante –en las dos acepciones del adjetivo– como entrar a una estación de metro, subir al tren y, luego de recorrida la distancia, descender en otra estación, puede ser concebida como una manifestación de sentido, por lo que, en tanto forma significativa, sería la *expresión* de un determinado *contenido*.

De este modo, según Floch, la semiótica sería un enfoque definido ante todo por su objeto de estudio: “los lenguajes –todos los lenguajes– y las prácticas significantes, que son esencialmente las prácticas sociales” (1990, p. 4). En tanto prácticas con sentido, las acciones de proyección del yo en medios digitales pueden ser concebidas desde una perspectiva semiótica.

La premisa metodológica básica de la semiótica contemporánea es la existencia de dos planos analíticos: uno del contenido y otro de la expresión, ambos relacionados a partir de ciertas reglas de correspondencia llamadas códigos. Mientras que el plano del contenido consiste en aquello que se quiere significar o comunicar, el segundo consiste en la forma en que el significado se mani-

fiesta a través de una determinada sustancia, sea visual, escrita, gestual, etc. Un ejemplo sencillo para ilustrar tal distinción analítica, tomado del ámbito lingüístico, sería la manifestación de un sentimiento de amor (plano del contenido), cuya expresión puede ser lingüística (decir “te quiero”, sea en español o en otro idioma), gestual (una caricia), a través de una práctica (un regalo, una acción altruista). En este sentido, al realizar un análisis semiótico, si bien la descripción analítica del plano de la expresión –en nuestro caso, qué textos producen las personas al comunicar online su identidad– es esencial, lo fundamental es comprender las estrategias significantes que subyacen a este plano, permitiendo que la significación sea posible.

Jacques Fontanille afirma que “las prácticas solamente pueden considerarse ‘semióticas’ en la medida en que, como mínimo, estén constituidas por un plano de la expresión y por un plano del contenido” (2016, p. 129). Al intentar comprender las prácticas de autorepresentación que se desarrollan en las redes sociales y los medios digitales, un análisis semiótico de las prácticas en tanto acciones significantes parece más que adecuado: al producir una *copia* –o *proyección*, concebida como “un proceso parcialmente controlado de autorepresentación dirigido hacia el exterior” (Coupland, 2007, p. 111)– de uno mismo a través de la creación de un perfil en una red social, el posteo de una selfie o la difusión de una *InstaStory*, entre otras formas de producción textual, los individuos tienen una determinada *intención comunicativa*, orientada a producir un *efecto* en sus audiencias. Por lo tanto, al generar un contenido autorreferencial online se está organizando el plano de la expresión de cierto modo para lograr vehicular un determinado contenido: la percepción que se tiene de sí mismo –la autoconcepción–, entendida como la totalidad de ideas y sentimientos que los individuos tienen sobre sí mismos en tanto ‘yoes’ individuales (Zhao et al., 2008, p. 1817). En otras palabras, se está produciendo un texto.

### 3. LA IDENTIDAD COMO CONSTRUCCIÓN TEXTUAL

Dejando de lado enfoques esencialistas que conciben a la identidad como algo dado, fijo y pre-social, las ciencias sociales y humanas han seguido cada vez más un enfoque constructivista basado en las ideas pioneras de Berger y Luckmann (1966) y Searle (1995), para quienes la realidad social, si bien ciertamente anclada en una dimensión material –en el caso de la identidad personal, el cuerpo–, es el resultado de procesos intersubjetivos en los que la negociación de sentido juega un rol central. Así, los individuos no nacen con una identidad fija, natural e inmutable, sino que ésta es permanentemente construida en el juego social (Bucholtz & Hall, 2005) a partir de una dinámica basada en la diferenciación y el reconocimiento (Paccagnella & Vellar, 2016). Tal dinámica tiene un carácter *público* (Zhao et al., 2008) e implica un proceso de co-construcción entre el individuo y los otros (Paccagnella & Vellar, 2016),

por lo que la identidad debe ser concebida como una posicionalidad relacional en una red intersubjetiva de sentido y no como “una sumatoria de atributos diferenciales y permanentes” del portador de esa identidad (Arfuch, 2005, p. 31).

Desde un enfoque constructivista, la identidad es puesta en escena (*performance*) a través de la repetición de ciertos actos. En tal enfoque, el trabajo de Erving Goffman (1959) sobre la presentación de la persona en la esfera social ha resultado clave, a tal punto que diversos autores han intentado llevar las ideas del autor, originalmente concebidas para marcos en los que la comunicación se da cara a cara, al ámbito de la comunicación mediada por tecnologías (Deeb-Swihart et al., 2017; Shulman, 2016; Bullingham & Vasconcelos, 2013; Hogan, 2010; Papacharissi, 2002). Siguiendo la premisa goffmaniana que establece que “cuando un individuo comparece ante otros, por lo general habrá alguna razón para que desenvuelva su actividad de modo tal que transmita a los otros una impresión que a él le interesa transmitir” (1959, p. 18), los medios digitales se vuelven un nuevo escenario donde tal trabajo de gestión de impresiones se desarrolla. Plataformas como Instagram, Facebook, Snapchat y Tinder funcionan como extensiones virtuales de la esfera social, en las cuales los individuos también deberán gestionar de manera estratégica las impresiones que producen. De este modo, “los usuarios son ahora editores y creadores, a través del diseño y la creación de sus autorepresentaciones, eligiendo qué traer al frente o qué esconder en el fondo” (Bullingham & Vasconcelos, 2013, p. 103). Ontológicamente, como propone Sibilia, “tanto las palabras como las imágenes que tejen el minucioso relato autobiográfico cotidiano parecen exudar un poder mágico: no sólo testimonian, sino que también organizan e incluso conceden realidad a la propia experiencia” (2008, p. 40). Así, afirma la autora, “esas narrativas tejen la vida del yo y, de alguna manera, la realizan” (Ibíd.).

La identidad personal puede ser concebida como un texto en tanto es el resultado de una construcción basada en el empleo de ciertos recursos semióticos disponibles a nivel cultural, como ser la forma de vestir, la apariencia personal –uso de maquillaje, tatuajes, estilo del cabello– y la forma de hablar, entre tantos otros (Jaspers, 2006). Al crecer en el marco de una determinada cultura, los individuos incorporan y disponen de una serie de recursos significantes que pueden ser empleados para comunicar la imagen de sí mismos que quieran comunicar. Los medios digitales y redes sociales ofrecen nuevas posibilidades –espacios virtuales, pero también recursos técnicos– para que los individuos proyecten sus identidades online a través de prácticas de autorepresentación basadas en sus biografías, sus encuentros en el mundo offline y sus experiencias sociales (Paccagnella & Vellar, 2016). En tales procesos, los medios digitales desempeñan un rol novedoso en tanto ofrecen nuevas herramientas de producción textual, pero también limitan dichas prácticas (Rettberg, 2014). Estas proyecciones se materializarán en textos sincréticos; es decir, compuestos a partir de la yuxtaposición de elementos pertenecientes a diferentes sustan-



cias: *audiovisuales*, como fotografías, avatares, videos, GIFs, memes u otras imágenes ya presentes en la cultura –como por ejemplo pinturas de artistas conocidos o íconos de la cultura pop–; *lingüísticos*, como ser descripciones definidas sobre el yo real (joven profesional, abogado/a, amante de los perros), o *híbridos*, como por ejemplo a través del empleo de nuevos recursos significativos característicos de la cultura digital como los *emojis* (Danesi, 2016). Según Thumim, “cuando alguien produce una autorepresentación, está produciendo un texto delimitado” (2012, p. 6).

Por su parte, Rettberg afirma que los individuos, “en tanto lectores, nos encontramos con otras personas en redes sociales como *textos*” (2014, p. 12). Mientras que Paccagnella y Vellar afirman que “la metáfora performativa es útil para interpretar las prácticas de interacción online en tanto vuelve visible los aspectos rituales, haciendo evidente la importancia de la gestión estratégica de la autorepresentación individual en función de los diferentes públicos” (2016, p. 31). Para Turkle, “siempre que un individuo tiene tiempo para escribir, editar y borrar, hay lugar para una performance” (2011, p. 180), mientras que Thumim afirma que en las autorepresentaciones hay siempre en juego “decisiones respecto a qué aspectos del yo representar, y cómo representarlos” (2012, p. 8).

Al considerar las identidades proyectadas online como el producto de un proceso activo de creación, se abre el campo a la propuesta que Eco realiza en su *Tratado de Semiótica General* sobre los modos de producción signica. Así, el uso de recursos semióticos como palabras, imágenes y *emojis* debe ser concebido como una forma de hacer algo: un “trabajo” (1975, p. 227), en palabras de Eco. Como tal, esta práctica implica la toma de decisiones en base al reconocimiento de ciertos códigos convencionales, institucionalizados culturalmente, cuyo seguimiento –o no– logrará provocar una interpretación adecuada por parte de los lectores del texto identitario que ha sido creado. En tal proceso de creación, ciertas normas vinculadas con lo que una cultura reconoce como bello, valorable, aceptable, entretenido, *cool*, jugarán un rol clave de *mediación*, limitando el proceso de creación signica a través de un establecimiento de ciertos límites de género. Rettberg llama *filtros culturales* a estas normas, a las que describe como “reglas y convenciones que nos guían, que filtran posibles modos de expresión de manera tan sutil que a menudo ni siquiera somos conscientes de todo aquello que no vemos” (2014, p. 24). Según la autora, estos filtros “cambian con el pasar del tiempo y varían de cultura en cultura” (ob. cit., p. 25).

Thumim (2012) considera adecuadas concebir las prácticas de proyección del yo en medios digitales como un *género discursivo* –el de la autorepresentación–, que como todo género es convencional y está regulado por ciertas normas implícitas. Algo similar parece aseverar Sabilia (2008) cuando escribe que, en los entornos virtuales, “la propia vida tiende a ficcionalizarse recurriendo a códigos mediáticos, especialmente a los recursos dramáticos de los medios

audiovisuales” (p. 223). Resulta interesante el uso que Sibilia hace del concepto de *ficcionalización*, lo que abre la puerta al debate sobre el estatus ontológico del tipo de construcciones que aquí estamos analizando, en específico en su relación con el mundo extra-textual.

Sibilia argumenta que estos textos son producciones que se apoyan en la garantía de una “existencia real” (2008, p. 36). Este tipo de narraciones, por oposición a las narraciones ficticias, descansan sobre un pacto de lectura que “inscribe dichas prácticas en otro régimen de verdad y suscita otro horizonte de expectativas” (ibíd.). Es innegable que al proyectar su identidad online, el individuo está estableciendo un vínculo con aquel yo que percibe como *real*, aunque tal proyección esté mediada por recursos mediáticos y parámetros estéticos como la idealización y la estilización. Precisamente por este aspecto es que existe un debate sobre la relación de los textos autorreferenciales con el yo real, offline. Estos textos son claramente referenciales, es decir, parten de y deben conducir al yo real, extra-textual. Se podría enmarcar entonces el nuevo género de la autorepresentación (Thumim, 2012) dentro de lo que Lejeune (1996) denomina el *género autobiográfico*, basado en un pacto de lectura que se apoya en la referencialidad: la identificación del autor, el narrador y el personaje. En palabras de Sibilia (2008), en el género autobiográfico “el lector se compromete a creer en esa triple identidad, según el pacto de lectura que acepta tácitamente al enfrentarse con una narrativa de ese tipo” (p. 170). Es por eso que, según Sibilia, “la especificidad de los géneros autobiográficos debería buscarse fuera de los textos: en el mundo *real*, en las relaciones entre autores y lectores” (ob. cit., p. 37).

En síntesis, las prácticas de proyección online de la identidad, por más espontáneas e inocuas que puedan parecer a simple vista, no están exentas del peso de lo que dentro de una cultura se considera como estética y éticamente adecuado, lo que se manifiesta en el seguimiento de ciertas reglas, muchas veces subyacentes, de producción de sentido. Así, al proyectar su yo online, el individuo realizará un seguimiento de lo que otras personas que forman parte de la red intersubjetiva que constituye todo grupo cultural hacen online, para luego basar su propia acción en tales prácticas de terceros. De este modo, se puede hablar de ciertas “estrategias discursivas normativas que ya sea implícita como explícitamente estructuran nuestra agencia” (Van Dijck, en Rettberg, 2014, p. 22). Una de ellas es la dinámica entre procesos de individuación y de colectivización.

#### 4. LA PROYECCIÓN ONLINE DEL YO ENTRE INDIVIDUACIÓN Y COLECTIVIZACIÓN

En el mundo offline, cuando un individuo define su identidad personal recurre, por lo general, a la asociación con ciertas pertenencias –categorías colectivas de sentido– que reconoce como propias, algunas de ellas no es-

cogidas, como ser el género, la nación, la etnia o el signo zodiacal, y otros tantos marcos de referencia identitarios colectivos elegidos por el individuo, como la adhesión a un equipo de fútbol, a una tribu urbana o a una corriente filosófica. Siguiendo a Burke & Stets (2009), un grupo social consiste en “un conjunto de individuos que comparten la visión de ser miembros de una misma categoría social” (p. 118), dando lugar al establecimiento de un proceso de categorización y consiguiente distinción entre un *nosotros* y un *ellos*. Según Hofstede (2010), y otros autores, si un individuo pudiera hacer tres afirmaciones sobre sí mismo para explicar quién es, probablemente “mencionaría afiliaciones grupales tales como el género, la nacionalidad, la religión, el equipo de fútbol que apoya o el rol desempeña en la sociedad” (p. 17). La conclusión de los autores es que “gran parte de la actividad social de las personas consiste en mantener explícitamente vínculos simbólicos grupales” (ibíd.). Según Burke & Stets (2009) esto implica “ver las cosas desde la perspectiva del grupo, produciendo una cierta “uniformidad en el pensamiento y en la acción” (p. 118). Como afirma Gómez García (2000), los individuos “necesitamos pertenencias, marcos de orientación, valores compartidos... *sentido*, en una palabra. Y tras todo ello nos ponemos cuando tratamos de construir nuestras identidades” (p. 12).

Semióticamente, tales pertenencias son, usualmente, puestas en escena a través del empleo de ciertos recursos semióticos que serán manipulados y organizados según ciertas convenciones que están codificadas culturalmente. De todas formas, es usual que los individuos, luego de establecer ese primer vínculo de pertenencia con un colectivo, busquen maneras de mostrar cómo ellos son únicos y diferentes de ese colectivo.

Tal dinámica de atribución de pertenencia a categorías colectivas de sentido no desaparece en los entornos virtuales, especialmente en aquellos que son *nónimos* (Zhao et al., 2008), por oposición a los entornos que son *anónimos*. La expansión del uso de plataformas digitales como Facebook, Instagram y Tinder ha potenciado la consolidación de un nuevo espacio virtual, diferente de –pero integrado con– el mundo “real” –físico, tangible–, en el que la significación desempeña un papel central. Tales entornos representan un “potencial aumentado para editar el yo” (Bullingham & Vasconcelos, 2013, p. 110). Así, a la hora de crear un perfil para una red social *nónima*, los individuos disponen de una serie de recursos audiovisuales, lingüísticos e híbridos a partir de los cuales deberán comunicar quiénes son, manteniendo siempre un vínculo con el yo real, offline, según las reglas del pacto de lectura referencial discutido anteriormente. Como afirman Paccagnella y Vellar (2016), el proceso de la construcción de la identidad online requiere siempre una incorporación de signos que envíen al lector a la dimensión real offline. Así, en tal acto creativo, los individuos tratarán de mostrar de qué manera son únicos, pero identificándose con reglas de inclusión en colectivos que les son significativos.

En la actualidad sucede cada vez más que las personas se “conocen” por primera vez a través de sus perfiles en redes sociales, como Facebook, Instagram o Tinder, por lo que hay un proceso de lectura e interpretación que llevará a conclusiones que serán extrapoladas por el lector al yo offline escondido detrás del texto autorreferencial y que son esenciales a la hora de establecer relaciones interpersonales. Si se acepta la premisa de que la identidad se constituye en base a “cómo nos presentamos ante el mundo, pero también en base a cómo esta presentación es comprendida, interpretada y vivida” (Paccagnella & Vellar, 2016, p. 7), la relevancia de una enunciación que dé lugar a las lecturas e interpretaciones deseadas por el individuo que proyecta su identidad online es evidente. De este modo, enmarcar la individuación, esto es, la práctica orientada a resaltar aquellas características que hacen al individuo único, en la intersección de unidades colectivas de sentido parece ser un camino exitoso.

Si se toma como ejemplo el caso de la elección de la fotografía de perfil que representará al individuo en la red social que elijamos. Como afirma Rettberg (2014), “una fotografía de perfil es una expresión visual de la identidad, y nuestra elección de fotos de perfil es claramente una forma de autorepresentación visual” (p. 40). En ella, el individuo puede aparecer solo (individuación) u acompañado (colectivización). En el segundo caso, es frecuente ver fotografías de perfil que incluyen parejas, amigos o familiares. A partir de esa asociación con *otros*, el individuo se integra *actorialmente* en un colectivo *real*, esto es, una red de relaciones con individuos a los que realmente conoce y que socialmente responden a las unidades de sentido básicas de la vida social, como lo son la vida sentimental, el grupo de pares y la vida familiar. Sin embargo, la colectivización puede también desarrollarse en relación a pertenencias *imaginarias*, esto es, mediante la asociación con ciertos grupos cuya existencia se asemeja más a una *comunidad imaginada* (Anderson, 1983), como ser la nación, una determinada subcultura, la adhesión a un equipo deportivo, a un movimiento político, etc. Como afirma Rettberg (2014), “a veces la fotografía de perfil no subraya la identidad individual, sino una conexión con un grupo social o una causa política” (p. 40).

Además de las imágenes (lenguaje visual), otro de los recursos de los que se dispone a la hora de construir un perfil online es el lenguaje verbal. Así, el uso de descripciones definidas aludiendo a la profesión, la nacionalidad, los intereses y las afiliaciones –entre otras categorías colectivas de sentido– también juegan un rol en las prácticas de proyección del yo. Aquí la dinámica entre individuación y colectivización es claramente visible, dependiendo del tipo de contenido que el uso de palabras esté orientado a activar (una descripción sobre algo que me vuelve único, contra una descripción que me incluye en un colectivo).

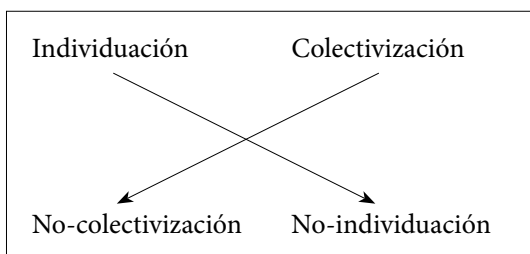
Finalmente, un tercer recurso semiótico a disposición de los usuarios para crear sus perfiles online son los *emojis*. Según afirma Danesi (2016), el código *emoji*:

es un tipo de código alfabético visual que pone a disposición caracteres que pueden ser usados de dos grandes modos para crear estructuras significativas: (1) de manera adjunta dentro de un texto escrito, o (2) como sustituto de dicho texto (p. 36).

Se verán ejemplos del uso de los *emojis* en ambos modos en la próxima sección. De cualquier modo, como afirma Danesi, los *emojis* constituyen un código –uno universal y sensible a diferencias culturales–, y “ser competente en el uso de cualquier código implica, en primer lugar, la habilidad de seleccionar y combinar sus formas y estructuras en formas específicas para construir mensajes que tengan significado” (2016, p. 40). Es necesario que el lector infiera el significado a partir del sintagma construido por los *emojis*. Como afirma Danesi, “además de la aptitud semántica, el conocimiento de la estructura gramatical de los *emoji* –las reglas y prácticas que gobiernan cómo éstos son secuenciados en sintagmas– es claramente una parte intrínseca de la competencia en *emoji*” (ob. cit., p. 77). Estos también son recursos utilizados para expresar la individuación y la colectivización, como se observará en la próxima sección a través de la discusión de un caso concreto.

Desde una perspectiva semiótica, el par individuación-colectivización puede ser llevado a un cuadrado semiótico (Floch, 1990), modelo analítico clave de la tradición estructural dentro de la disciplina y consistente en realizar un mapeo de los valores subyacentes a las tematizaciones elegidas para dar materialidad a un texto. Así, nuestro par puede ser concebido del siguiente modo:

Figura 1



En este cuadrado se pueden ver claramente las relaciones de contrariedad, complementariedad y contradicción (Floch, 1990) que definen la topología del valor que subyace a las prácticas de proyección de la identidad online. Así, cuando un individuo pone en escena un contenido que manifieste la individuación, destacará aquellas cualidades que lo hacen único, ya sea estableciendo una distancia respecto a las categorías de sentido colectivas, o bien poniendo énfasis en la intersección de tales pertenencias, en tanto es esta intersección la que hace que un individuo sea único (Maalouf, 1998). Un claro ejemplo de este extremo podría ser cualquier individuo que busque evitar alguna asociación

con categorías fijas y preestablecidas de sentido, como ser el género o la nación, entre otras. Por otra parte, en una relación de contrariedad, cuando un individuo genera un contenido que intenta mostrar su pertenencia a una de estas categorías de sentido grupales, estará en el otro extremo del cuadrado sobre el eje horizontal superior, proyectando su identidad precisamente a través de la asociación con ciertas categorías de sentido que son reconocibles a nivel social. Un claro ejemplo de esto puede ser alguien que se identifique con un estilo de vida específico –surfista, vegetariano, feminista, etc.– y base el contenido de su acto de enunciación textual en tal pertenencia.

Pero más interesantes resultan aquellos extremos en la parte inferior del cuadrado, es decir, los que contradicen a las categorías de individuación y colectivización. En el caso de la no-colectivización, un individuo puede distanciarse de las categorías de sentido grupales sin necesariamente afirmar en el acto creativo autorreferencial su individualidad. Un ejemplo de tal estrategia sería aludir en un contenido a una categoría social, pero subrayando la no-identificación con ella, como ser un joven uruguayo o argentino que enuncia un texto utilizando como tema el mate, símbolo de la cultura uruguaya y argentina, pero distanciándose de él. Finalmente, en el caso de la no-individuación, quien crea el contenido no muestra aquello que, según su autoconcepción, lo/la hace único/a, manteniendo sin embargo una distancia respecto a la asociación a pertenencias grupales socialmente reconocibles. Claramente, todas estas posiciones de valor pueden coexistir en un mismo texto autorreferencial, como se puede apreciar en la ejemplificación que sigue.

## 5. LA CREACIÓN DE PERFILES PERSONALES EN INSTAGRAM

Se procederá ahora a ilustrar la teoría hasta aquí presentada a través del estudio de algunos ejemplos tomados de Instagram, una plataforma *nónima* que hoy en día funciona en muchos casos como primer punto de contacto entre personas que no se conocen en el mundo real. Al realizar el estudio, creo pertinente subrayar que, como señala Thumim (2012), actualmente “la auto-representación es, muy a menudo, una condición para la participación online” (p. 137).

Instagram es una red social basada en imágenes (Rettberg, 2014), en la que se espera que los usuarios suban fotografías y videos, sean estos autorreferenciales o no. Esta plataforma sincrética –o multimodal, esto es, compuesta a partir de la combinación de diversas sustancias significantes, como la visual, la lingüística, etc.– es un medio más en el que las personas pueden proyectar sus identidades, comenzando por la creación de un perfil personal, tarea para la que disponen de un conjunto limitado de recursos semióticos: imagen (fotografía y video), texto y *emojis*. La proyección será entonces un modo de producción sgnica consistente en la creación de un constructo sincrético, a

partir del que el 'yo' real deberá ser *inferido* por los lectores en base a los recursos audiovisuales y lingüísticos empleados. De este modo, el acto de creación de un perfil en Instagram refleja de manera clara una gestión de las impresiones en el sentido de Goffman, ya que, según lo que se exhiba en el perfil, los lectores inferirán tal o cual otra concepción que, a partir del pacto referencial subyacente al género, será atribuido al yo real. En este sentido, a la hora de construir sus perfiles en Instagram, los individuos son conscientes de quiénes son –cuando menos tienen una autoconcepción– y se ven enfrentados al desafío de proyectar tal concepción en la aplicación a través del empleo de los recursos semióticos que la plataforma pone a disposición. Están ubicados en el plano de la expresión y deben ser organizados de modo tal que conduzcan de manera satisfactoria al contenido que se quiere vehicular con esa determinada organización del plano de la expresión. Se trata, por lo tanto, de un claro acto de enunciación del yo.

Se analizarán ahora algunos ejemplos de cómo los individuos proyectan su yo a partir de los recursos semióticos que Instagram pone a su disposición<sup>1</sup>. Un primer caso permite ver claramente la dinámica entre individuación y colectivización discutida antes.

Figura 2



La Figura 2 representa un sintagma compuesto a partir de cuatro *emojis* que refieren a banderas, que puede ser leído de diversas maneras, aunque siempre relacionado con las unidades culturales de sentido *identidad nacional*, una clara categoría colectiva de pertenencia. Así, la persona que decide proyectar su yo a través de esta secuencia de *emojis* posiblemente quiera decir algo sobre su trayectoria personal, que se relaciona de algún modo con los países representados por esas banderas: Uruguay, Reino Unido, Alemania y España. En tal acto de enunciación, a través de la identificación con cuatro unidades colectivas de sentido y no una, como se suele esperar a partir de la convención social –un individuo, una nación–, el individuo se separa de los colectivos y crea su propia identidad, a través de un proceso de individuación, consistente precisamente en la yuxtaposición de las cuatro categorías de sentido, como si estuviera diciendo: *una característica que me identifica es que yo viví en (o tengo algún tipo de relación relevante con) todos estos países*. La individuación es construida en

<sup>1</sup> Para volver el análisis más abarcable, se deja de lado el uso de imágenes –fotografías y videos, ciertamente más referenciales que los recursos lingüísticos y los *emojis*– y se prestará central atención en comentar el uso de texto y de *emojis*, precisamente porque, a diferencia de las imágenes, que por lo general tienden a ser recursos semióticos orientados a *reflejar la realidad* sin gran presencia de mediatizaciones, éstos tienen una función más bien constructiva. Sobre esta distinción, véase a Floch (1986).

base a la colectivización, esto es, a una pertenencia imaginada que se basa en un hecho material concreto: el haber pasado una determinada cantidad de tiempo en, o tener algún tipo de vínculo con, un determinado territorio.

Otro ejemplo, más complejo que el anterior, que también incluye el uso de banderas, es el que se ve en la Figura 3:

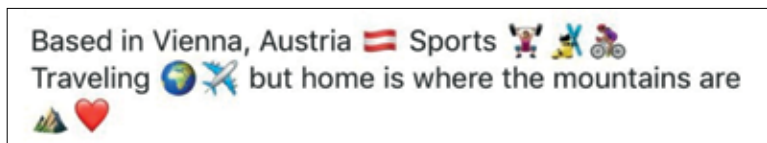
Figura 3



En este caso, en la última línea se repite la misma lógica que en la Figura 2: una serie de banderas son presentadas en secuencia, entre ellas, la de la Unión Europea y la de las Naciones Unidas. Aquí el sintagma parece no solamente estar vehiculizando el mismo tipo de pertenencia que la Figura 2, sino que vehiculiza otro tipo de valor, posiblemente uno relacionado con el apoyo de su enunciador al trabajo o los valores de ambas organizaciones internacionales. Las dos últimas banderas pueden reflejar también experiencias profesionales. Estas interpretaciones están abiertas y, a partir de ellas, a través de la decodificación de la propuesta de sentido que el individuo extratextual ha constituido en un texto visual, el lector deberá llegar a él. En este caso concreto, vemos además que, para quien enunció el texto, tres ciudades (Bruselas, Munich y Roma) son un elemento importante a incluir en el texto autorreferencial, así como también la formación académica (“MA Politics & International Relations”) y, en la primera línea del texto, dos *emojis* que, a partir de su yuxtaposición, pueden ser interpretados como una afición por viajar. Es la combinación de todas estas pertenencias a unidades colectivas de sentido (nacionalidad y/o países de residencia, adhesión a proyectos políticos, ciudades en las que se ha vivido, formación académica y afición) la que vuelve al individuo único, al menos según su autoconcepción. Se trata de otro claro ejemplo de la individuación constituida a partir de la identificación con una serie de categorías colectivas de sentido.

La referencia a las aficiones parece ser una forma muy popular de proyectar la identidad online. Se verán algunos ejemplos:

Figura 4





En la Figura 4 también se observa una alusión a un lugar físico (Viena, Austria), pero lo que predomina en este texto son las aficiones: el gusto por el deporte –específicamente por tres formas, como lo son el levantamiento de pesas, el esquí y el ciclismo–, por los viajes y por las montañas. Todas ellas son también categorías colectivas de sentido: las aficiones se comparten y constituyen un punto central del plano de inmanencia que en semiótica se denomina *formas de vida* (Fontanille, 2013, 2015), dando lugar a grupos imaginarios aglutinados en base a las aficiones y los intereses. Las formas de vida son, según Fontanille: “estilos estratégicos coherentes, recurrentes, relativamente independientes de las situaciones temáticas y suficientemente poderosos para influenciar todas las prácticas y todas las manifestaciones semióticas de un grupo o de un tipo social y cultural” (2013, p. 70). La relación de esta definición con el concepto de grupo social discutido antes es clara: a partir de los intereses se genera una cierta uniformización, ni bien sea imaginaria, en las formas de percibir la realidad y de actuar. También, en este ejemplo, la intersección de estas pertenencias en el plano de las aficiones es lo que hace al yo que enuncia este texto autorreferencial único y, por lo tanto, lo individualiza. Sin embargo, esta individualización se apoya en una serie de pertenencias a categorías de sentido colectivas: la afición por el viaje implica pertenecer a la categoría de los viajeros, con todas las connotaciones que esta actividad trae aparejadas, la afición por las montañas implica una pertenencia al grupo de personas que logran apreciar la belleza, la calma, etc. de este tipo de paisaje. Pertenencias imaginarias que, de cualquier modo, identifican al individuo con un grupo de referencia que establece una distinción entre un *nosotros* y un *ellos*.

Figura 5

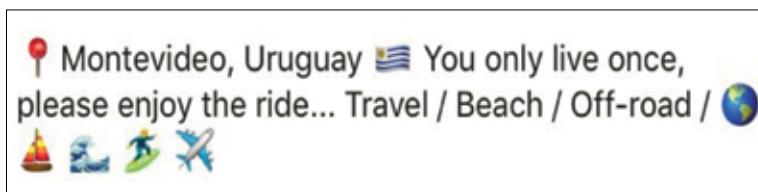
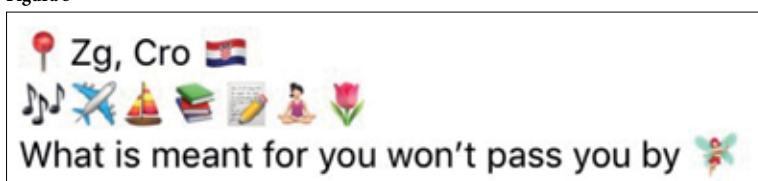


Figura 6



Las Figuras 5 y 6 son similares en su estructura: en ambos casos, la primera parte del texto refiere de manera directa al lugar (ciudad y país) en que la persona reside, acompañada de una bandera que funciona como una isotopía, esto es, como una repetición en el plano de la expresión que remite a “una misma unidad de sentido en el plano del contenido” (Floch, 1995, p. 20).

A continuación, aunque en diferente orden en los ejemplos mostrados, hay dos elementos presentes: un sintagma conformado a partir de *emojis*, que refiere a las aficiones y los intereses de los individuos, en conjunto con una frase que debe ser interpretada por los lectores del texto como una suerte de filosofía personal, también claro reflejo de una *forma de vida*, especialmente si se toma en cuenta la definición que Fontanille (2015) hace de las mismas como *regímenes de creencia* específicos. En ambos ejemplos, la dinámica entre la individuación y la colectivización se puede ver claramente: la identidad individual se constituye a partir de asociaciones simbólicas a unidades colectivas de sentido, como ser el lugar de residencia, las aficiones y la “forma de ver el mundo”. Es tal conjugación la que vuelve singulares o únicos a los individuos.

Estos pocos ejemplos buscan ilustrar la propuesta teórica presentada en las secciones anteriores. Los lectores se encontrarán con tantos otros, algunos más interesantes y complejos que los aquí discutidos, que solamente deben ser concebidos como un punto de partida para reflexionar sobre las estrategias de enunciación del yo como el resultado de una dinámica que varía entre la individuación y la colectivización. Precisamente por tratarse de textos, esto es, estructuras de sentido que requieren una activación por parte de sus lectores, las posibilidades de significación en este campo son inmensas. Así, algunos casos serán más referenciales e intentarán reflejar la realidad de la manera más fidedigna que sea posible –si es que tal reflejo de la “realidad” es aceptado ontológicamente–, mientras que otros jugarán más con la interpretación y serán más sugerentes, destacando la función constructiva del lenguaje que las teorías constructivistas tanto subrayan (Arfuch, 2005).

## 6. CONCLUSIÓN

Actualmente, las redes sociales están integradas a las prácticas cotidianas de los individuos, como ser esperar el ómnibus, socializar con colegas u organizar una cita (Vigild Poulsen et al., 2018). En este sentido, la distinción analítica entre la dimensión *real/offline* y la *virtual/online* parece haber perdido su valor. Como señala Hess (2015, en el contexto actual tiene más sentido hablar de una suerte de hibridación, en tanto “los usuarios existen en un mundo siempre encendido y siempre conectado que se desarrolla constantemente en una hibridación on-line y off-line, hablando sus múltiples lenguajes e incorporando las subjetividades de ambas dimensiones” (p. 1629). Tal es el caso de la gestión

de la imagen que se proyectará ante otros individuos, la cual, como resultado de los avances tecnológicos y el cambio en las subjetividades que estos han traído aparejados consigo, ahora puede ser proyectada en nuevos medios a partir del empleo de ciertos recursos semióticos que están a disposición de los individuos, quienes se vuelven artesanos y creadores de sus propias personalidades (Sibilia, 2008).

Sin embargo, como se ha intentado argumentar en este artículo desde una perspectiva teórica, los medios digitales no representarían un cambio significativo respecto a la dinámica profunda de creación y comunicación de la identidad personal, una dinámica que se basa en la identificación con categorías grupales de sentido, también llamadas *pertenencias*. Así, los medios digitales serían un medio más, una suerte de *escenario* virtual, siguiendo la metáfora de Goffman, del que los individuos disponen para poner en escena sus yos. Dada la especificidad del medio, nuevas prácticas de creación textual son empleadas, unas prácticas que, según muestran Zhao y otros autores (2008) en un estudio sobre Facebook, tienden a basarse en una estrategia de enunciación apoyada más bien en la sugerencia y lo implícito, en el mostrar más que en el decir. Y dan así lugar a un espacio de indeterminación del sentido donde el lector deberá establecer hipótesis interpretativas respecto al yo extratextual, operando siempre sobre un código convencional que relaciona ambas dimensiones. Tal dinámica enriquece el proceso de semiosis que constituye toda intersubjetividad, y que da lugar a fenómenos complejos de sentido para cuyo estudio la semiótica, en tanto disciplina interesada por la significación, ofrece el tipo de bagaje teórico adecuado.

## REFERENCIAS

- Anderson, B. (1983). *Imagined communities*. London: Verso.
- Arfuch, L. (ed.) (2005). *Identidades, sujetos, subjetividades*. Buenos Aires: Prometeo.
- Berger, P. & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality*. London: Penguin.
- Bucholtz, M. & Hall, K. (2005). Identity and interaction: a sociocultural approach. *Discourse Studies*, 7(4-5), 585-614.
- Bullingham, L. & Vasconcelos, A. (2013). The presentation of self in the online world: Goffman and the study of online identities. *Journal of Information Science*, 39(1), 101-112.
- Burke, P. J. & Stets, J. E. (2009). *Identity Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Coupland, N. (2007). *Style. Language Variation and Identity*. Cambridge: Cambridge University Press.

- De Certeau, M. (1978) *L'invention du quotidien, 1: Arts de faire*. París: Gallimard.
- Danesi, M. (2016). *The Semiotics of Emoji*. London: Bloomsbury.
- Deeb-Swihart, J. et al. (2017). Selfie-Presentation in Everyday Life: A Large-scale Characterization of Selfie Contexts on Instagram. *Association for the Advancement of Artificial Intelligence*. Recuperado de: <https://www.cc.gatech.edu/~irfan/p/2017-Deeb-Swihart-SELLCSCI.pdf> Consultado: 21/03/2019
- Dondero, M. G. (2017). Du texte à la pratique: Pour une sémiotique expérimentale. *Semiotica 2017*. Recuperado de : <https://doi.org/10.1515/sem-2017-0081> Consultado: 21/03/2019
- Eco, U. (1975). *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen.
- Floch, J. M. (1986). *Les formes de l'empreinte*. París: Pierre Fanlac.
- Floch, J. M. (1990). *Sémiotique, marketing et communication*. París: Presses Universitaires de France.
- Floch, J. M. (1995). *Identités visuelles*. París: Presses Universitaires de France.
- Fontanille, J. (2016). Análisis del curso de acción de las prácticas. *Contratexto*, 25, 127-152.
- Fontanille, J. (2015). *Formes de vie*. Lieja: Presses Universitaires de Liège.
- Fontanille, J. (2013). Medios, regímenes de creencia y formas de vida. *Contratexto*, 21, 65-82.
- Fontanille, J. (2008). *Pratiques sémiotiques*. París: Presses Universitaires de France.
- Fornäs, J. (2017). *Defending culture. Conceptual foundations and contemporary debate*. London: Palgrave/Macmillan.
- García Canclini, N. (1999). *La globalización imaginada*. Buenos Aires: Paidós.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.
- Goffman, E. (1959). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Gómez García, P. (2012). *Las ilusiones de la identidad*. Madrid: Cátedra.
- Hess, A. (2015). The selfie assemblage. *International Journal of Communication*, 9, 1629-1646.
- Hofstede, G. et al. (2010). *Cultures and Organizations*. New York: McGraw-Hill.
- Hogan, B. (2010). The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(6), 377-386.

- Jaspers, J. (2006). Stylizing Standard Dutch by Moroccan boys in Antwerp. *Linguistics and Education*, 17, 131-156.
- Lejeune, P. (1996). *Le pacte autobiographique*. París: du Seuil.
- Lorusso, A. M. (2010). *Semiotica della cultura*. Roma-Bari: Laterza.
- Maalouf, A. (1998). *Les identités meurtrières*. París: Grasset.
- Marrone, G. (2018). *Prima lezione di semiotica*. Bari-Roma: Laterza.
- Paccagnella, L. & Vellar, A. (2016). *Vivere online. Identità, relazioni, conoscenza*. Bologna: Il Mulino.
- Papacharissi, Z. (2002). The presentation of self in virtual life: Characteristics of personal home pages. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79(3), 643-660.
- Rettberg, J. W. (2014). *Seeing Ourselves Through Technology: How We Use Selfies, Blogs and Wearable Devices to See and Shape Ourselves*. Basingstoke: Palgrave/Macmillan.
- Schulman, D. (2016). *The Presentation of the Self in Contemporary Social Life*. London: Sage.
- Searle, J. (1995). *The Construction of Social Reality*. London: Penguin.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Thumim, N. (2012). *Self-Representation and Digital Culture*. London: Palgrave/Macmillan.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together*. New York: Basic Books.
- Vigild Poulsen, S. et al. (2018). Special issue: Social media as semiotic technology. *Social Semiotics*, 28(5), 593-600.
- Williams, R. (1976). *Keywords. A Vocabulary of Culture and Society*. New York: Oxford University Press.
- Zhao, S. et al. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816-1836.

\*Contribución: 100% del trabajo pertenece al autor.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

---

---

IDENTIFICACIÓN DEL AUTOR

---

---

**Sebastián Moreno Barreneche.** Licenciado en Filosofía, Universidad de la República (UDELAR), Uruguay, y en Comunicación Social, Universidad Católica del Uruguay (UCU), Uruguay. Cursó estudios de posgrado en la Universidad de Graz (Austria) sobre *globalización*, en la Universidad de Berna (Suiza) sobre filosofía política, en la Universidad de Munich (Alemania) sobre temas ligados a la ciencia política y en la Universidad de Bolonia (Italia) sobre semiótica. Profesor adjunto de “Cultura y sociedad contemporánea”, Licenciatura en Estudios Internacionales, Facultad de Administración y Ciencias Sociales, Universidad ORT Uruguay. Sus intereses académicos se centran en las prácticas discursivas y culturales en diferentes contextos, como ser los entornos digitales, la esfera política y las cuestiones de identidad. Es asesor en estrategias de comunicación y de marca, con experiencia en organismos internacionales como la Comisión Europea, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la *Organización del Tratado del Atlántico Norte* (OTAN).

---

---

REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

---

---

Moreno Barreneche, S. (enero-junio, 2019). La proyección online del yo entre individuación y colectivización. *InMediaciones de la Comunicación*, 14(1), 65-84

# Materiales sensibles

## Mediatizaciones en el conflicto juvenil según algunas obras de Andrés Caicedo Estela

### Sensible Materials

#### Mediatizations of Juvenile Conflict Based on Literary Works of Andres Caicedo

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1.2887>

► VÍCTOR HUGO VALENCIA GIRALDO

vhvalencia@javerianacali.edu.co - Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Pontificia Universidad Javeriana Cali, Colombia.

Fecha de recepción: 30 de marzo de 2019

Fecha de aceptación: 10 de mayo de 2019

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2780-0211>

#### RESUMEN

Este artículo analiza cómo ha mutado el conflicto juvenil entre jóvenes de clases medias desde el arribo a Cali (Colombia) de los primeros medios analógicos masivos hasta masificación de dispositivos móviles y redes sociales, y cómo éstos últimos propician nuevos espacios para encontrarse, discutir y relacionarse con otros actores de similar edad y clase social. Basado en un estudio de caso realizado en dicha ciudad durante los años 2015 y 2016 que tomó como génesis de las narrativas sobre el conflicto juvenil algunas obras literarias de Andrés Caicedo Estela (1951/1977), se discutió con 93 jóvenes caleños lectores de dicho autor cómo los productos de la naciente y creciente mediatización permiten la tramitación de conflictos entre jóvenes burgueses de ayer y de hoy; desde una época considerada en vías de mediatización, hasta la actual que puede llamarse transmediatizada. Según se desprende del análisis, la principal diferencia entre la época narrada por Caicedo Estela con la actual radica en que al presente las pantallas táctiles funcionan como *templos* expiatorios a los que gran parte de los actuales jóvenes acuden para no tener que enfrentarse cara a cara

con la realidad fáctica, habitando una virtualidad que les confina a un dilatado presente de realidades superpuestas.

**PALABRAS CLAVE:** *jóvenes, mediatización, Andrés Caicedo Estela, Literatura, Cali.*

#### ABSTRACT

This article focuses on how the youthful conflict has mutated among middle class youngsters in Cali (Colombia) from the arrival of the first analog devices to the massification of mobile devices and social media, and how the latest foster new spaces to meet, discuss and interact with other youngsters of similar ages and social stratification. This article is based on a case study conducted in Cali in 2015/2016, that took as starting point the narratives about the youthful conflict presented in some of Andrés Caicedo Estela's literary work (1951/1977). A chatting took place with 93 young caleño readers of that author on how the new-growing mediatization allows the handling of conflicts between old time and new young bourgeois, from a time considered on its way towards medialization to the current one that might be called trans-mediated. It is concluded that the main difference between the time narrated by Caicedo Estela and present time, lies on the fact that tactile touch screens work as expiatory *temples* to which a large part of today's youngsters rely on in order to avoid the factual reality. They seem to be living in a kind of virtuality that confines them into a delayed present of superimposed realities.

**KEYWORDS:** *young people, mediatization, Andrés Caicedo Estela, Literature, Cali.*

## 1. INTRODUCCIÓN

Luis Andrés Caicedo Estela (Cali, Colombia, 1951-1977) fue un joven y prolífico escritor que a los 12 años de edad comenzó su vida como creador literario, teatral y crítico cinematográfico. En sus obras se narran episodios relacionados con la ciudad de Cali, desde el año 1964 (relato *El silencio*), hasta su muerte en 1977, cuando trabajaba en su novela *Noche sin fortuna*. Su producción artística –llevada a cabo en plena fase de modernización de la ciudad (Valencia Giraldo, 2018)– está integrada por cuentos, guiones para cine y teatro, crítica de cine, y cuatro novelas (tres de ellas inconclusas).

En Andrés Caicedo se sucede un encuentro pocas veces valorado en los muchos trabajos académicos que se han dedicado a su obra: el de la cultura letrada con la cultura popular, el de las clases burguesas con las proletarias, el de la tradición y costumbres provinciales con las formas modernas de ver, narrar, representar e impugnar esas mismas tradiciones; estilo que Loaiza definió como “un contradiscurso, entre artístico y político, que puso en tela de juicio un sistema de creencias de un país que había estado adormecido por la cruenta violencia bipartidista y el predominio cultural de la iglesia católica” (2012, p. 16). Caicedo confronta al mundo masculino adulto, plagado de historias de permanente expropiación violenta del patriciado regional y nacional sobre la débil clase campesina/rural y obrera/urbana; para convertirse en el denunciante de hechos históricos, que algunos han creído divagantes o delirantes (Duchesne-Winter, 2007), pero que siguen generando polémica en una sociedad tradicionalmente excluyente y conflictiva como la colombiana.

En este artículo algunas obras de Caicedo Estela son tomadas como las narraciones germinales sobre el conflicto juvenil-burgués en Cali. Ellas son: *El atravesado*<sup>1</sup>, *El tiempo de la ciénaga*<sup>2</sup> y *Que viva la música*<sup>3</sup>, siendo dicha obra los dispositivos discursivos para que un grupo de jóvenes lectores reflexionen y discutan sobre los conflictos juveniles actuales: el trabajo tiene en cuenta las *condiciones de reconocimiento* que los distintos entrevistados (jóvenes y conocedores de la obra del autor citado) realizan sobre los textos seleccionados. En ese marco, se entenderá el conflicto juvenil como la manera como se manifiesta la lucha, la exclusión social y el abuso de y entre las personas jóvenes, a partir del momento que ingresan a la escena pública y hasta el momento en que son económicamente independientes de los adultos. Asimismo, y tomando como referencia lo planteado por Daiute (2011), se tiene la hipótesis que los conflictos que viven los jóvenes no son aislados de los conflictos de la región, la nación y las relaciones internacionales. Por

1 Cuento publicado por el autor en 1971 (Caicedo Estela, 2013).

2 Cuento publicado póstumamente, en 1978 (Caicedo Estela, 2014).

3 Novela publicada en 1877, el mismo año de la muerte del autor (Caicedo Estela, 2013).



lo tanto, el conflicto juvenil no es solamente un asunto del individuo joven, de su familia o de su estado evolutivo, sino también un asunto de la sociedad. Desde esta perspectiva, el análisis se dirige a las experiencias de los jóvenes en el contexto de los procesos sociales, políticos y económicos específicos (Pinilla et al. 2011).

Por otro lado, las obras seleccionadas sirvieron de punto de referencia para reflexionar sobre los cambios generacionales respecto de las mediatizaciones, y sobre cómo este fenómeno –cuyo carácter es el de “regulador constitutivo” del total de los desenvolvimientos de las sociedades humanas” (Traversa, 2015, p. 134)– no refiere exclusivamente a la evolución instrumental de los ecosistemas mediáticos, sino también a todos los recursos cognitivos y simbólicos que, de manera asociada, no lineal, pero mutuamente dependiente, los medios movilizan y modifican. Particularidad que Verón (2015), citando a Luhmann (1984), llama “interpenetración” (p. 180) entre los sistemas sociales y los sistemas psíquicos autopoiéticos.

Otros estudios han discutido el papel de las destrezas y habilidades sociales que se conjugan en la incorporación de las innovaciones tecnológicas –como la alfabetización, que permitió la masificación de las revistas en la Inglaterra victoriana– (Coser, 1980). En este trabajo se busca reflexionar acerca del papel de los jóvenes de clase media en la incorporación y masificación de los nuevos fenómenos mediáticos (Verón, 2015), entre cuyos efectos radiales están la concepción de espacios para encontrarse, discutir y relacionarse con otros actores de similar edad y clase social. Se asume que las maneras de socialización mediatizada están relacionadas intrínsecamente con los conflictos, de ahí que el problema a abordar sea cómo los jóvenes reconocen, contextualizan y resignifican los conflictos vistos y narrados en las obras de Caicedo Estela acerca de jóvenes caleños de otro tiempo, y qué tanto han mutado –según su parecer– dichos conflictos en los actuales entornos mediáticos y tecnológicos, y cómo los nuevos productos de la mediatización afectan las nuevas sensibilidades y expresividades juveniles.

Según Verón:

La semiología debe ser capaz de integrar en su teoría los “efectos de sentido” o no será nada. Sólo así abarcará el conjunto de su esfera: el proceso que va desde la producción de sentido hasta el “consumo” de sentido, donde el mensaje es un punto de pasaje que sostiene la circulación social de las significaciones (1984, p. 171).

Es por tal motivo que entendiendo las “reglas” que los jóvenes lectores de Caicedo Estela tomaron en cuenta para aproximarse al conflicto juvenil en Cali como se han buscado identificar las *condiciones de reconocimiento* de la obra analizada.

## 2. METODOLOGÍA

Durante la etapa de *reconocimiento* de la obra de Caicedo se tomó como población a los más de 900 jóvenes integrantes activos del ciberclub de lectura “RIDERS, ciudad de lectores perdidos”<sup>4</sup>, quienes tenían espacios de encuentro permanentes para discutir la obras literarias de su interés (Moncada Esquivel, 2014). La convocatoria abarcó a 564 seguidores de Twitter y cerca de 3000 seguidores de Facebook. En la actualidad, estos jóvenes crean sus propios contenidos sobre las lecturas realizadas y los distribuyen por las redes citadas y a través de su canal en YouTube y su blog grupal.

La técnica usada para observar condiciones de reconocimiento fue la de los Grupos Focales (GF), centrada en los jóvenes RIDERS con el objetivo de entender cómo perciben el papel del cambio tecnológico en los conflictos juveniles entre los jóvenes caleños, para lo que fue de vital importancia la lectura previa de las obras de Caicedo Estela por parte de estos(as) jóvenes: dicha actividad fue realizada durante el mes de enero de 2015, por iniciativa de los(as) RIDERS, y se tiene registro etnográfico de la misma. La muestra fue no probabilística (basada en criterios de inclusión/exclusión como edad, género, estrato socioeconómico<sup>5</sup>, nivel educativo), cumpliendo con todos los rigores que permitan garantizar el balance entre homogeneidad y heterogeneidad (Callejo, 2001) que esta técnica de investigación prescribe. Se hicieron un total de 12 encuentros grupales, cumpliendo así con el criterio de saturación de acuerdo con la relevancia teórica.

Dichos encuentros fueron conducidos a través de un instrumento de entrevista colectiva metodológicamente diseñado para tal fin. Como consideración ética de la investigación, los entrevistados y las entrevistadas diligenciaron un formato de consentimiento que daba cuenta del carácter exclusivamente académico de los datos suministrados para este trabajo, y en el que se les garantizaba confidencialidad y total anonimato. Para los casos en que se contó con la participación de menores de edad, se les pidió que las participaciones en los GF estuvieran autorizadas a través de una carta firmada por sus padres o acudientes; que sirvió también como asentimiento informado de su participación en las entrevistas colectivas y/o sesiones deliberativas realizadas en los

<sup>4</sup> El promotor de lectura John Jairo Navia (*aka* Spaguetti Morela Alfin), quien estando adscrito a la Biblioteca Departamental “Jorge Garcés Borrero” conoció y sirvió como dinamizador en la creación del colectivo RIDERS (o cyberclub de lectura, como él lo llama), expone, en una ponencia presentada en el marco del evento BIBLIOTIC 2014, cómo pasaron de ser 21 animados jóvenes (convocados por Facebook en un centro comercial de Cali, a la que concurren apenas 4 personas) a contar en menos de un año con 2300 miembros activos. Este fenómeno de expansión viral ha sorprendido por igual a las instituciones del Estado encargadas de la promoción de la lectura, como a los medios de comunicación local y regional. Spaguetti atribuye dicho fenómeno a las prácticas participativas que movilizan las actuales redes sociales (Navia & Álvarez Parra, 2014).

<sup>5</sup> Para evitar sesgos y discriminaciones, se le pedía a cada uno/a de los integrantes del GF que escribiera en la planilla de registro el nombre del barrio de residencia, y luego dicho barrio era ubicado en el estrato socioeconómico correspondiente a la estratificación realizada para el año 2014, por la Oficina de Planeación de la Alcaldía de Cali. Esa estratificación va del 1 al 6. 1 agrupa a los sectores más pobres y vulnerables y 6 a los sectores en los que viven las personas con mayores ingresos de la ciudad. Véase: [http://planeacion.cali.gov.co/DirPlanDesa/Cali\\_en\\_Cifras/Caliencifras2014.pdf](http://planeacion.cali.gov.co/DirPlanDesa/Cali_en_Cifras/Caliencifras2014.pdf) - Consultado: 15/04/2015.

meses de enero de 2015 y entre mayo y octubre de 2016. Durante este periodo se entrevistaron a distintos especialistas en la obra de Caicedo Estela –porque la habían trabajado académicamente o porque habían elaborado *transposiciones*<sup>6</sup> de algunos de sus libros al teatro, cine o video, o se hayan traducido a otros idiomas, con el objetivo de contrastar lo dicho por los jóvenes participantes en los GF con las impresiones y opiniones que del conflicto juvenil de ayer y de hoy tienen dichos especialistas.

La estrategia de análisis de los datos obtenidos mediante las técnicas antes referidas fue realizada de acuerdo a los postulados de la teoría fundamentada (Glaser & Strauss, 1967). La unidad de análisis de esta investigación fueron los distintos discursos obtenidos sobre el conflicto juvenil en Cali, Colombia. En coherencia con lo planteado por Verón (2004), se intentó realizar un análisis en *red*, pues la semiosis tiene en cuenta “la red interdiscursiva de la producción social de sentido” (p. 56), y por tal motivo (de acuerdo con Peirce) ésta es “ternaria, social, infinita, histórica” (Ibíd.). Cuando se realiza un análisis en *red* de los elementos que participan en la atribución de sentido a los mensajes específicos sobre el conflicto juvenil encontrados en las obras de Caicedo Estela, se tuvo en cuenta que la lógica inferencial-inductiva indica que no se está siguiendo un modelo regla/caso/resultado (deductivo), sino que el esquema muta para convertirse en una secuencia lógica caso/resultado/regla (Eco & Sebeok, 1989). Por ello, se mostrarán los puntos de conexión (o categorías) según la frecuencia de su aparición en las menciones émicas y en las observaciones éticas realizadas durante el tiempo de recolección empírica de la información y datos obtenidos.

### 3. RESULTADOS

Al reflexionar sobre la incidencia del cambio tecnológico en el conflicto juvenil, el estudio le da relevancia a aquellos discursos que toman en cuenta lo visto, lo oído o lo leído por Andrés Caicedo y *llega* a los/as actuales jóvenes adscritos/as al club de lectura RIDERS. En tal sentido, como tramas y urdimbres (Jullien, 2008)<sup>7</sup> que se entretajan para soportar, anudar, conectar los sentidos entre jóvenes extemporáneos con jóvenes de estas épocas, están los medios de comunicación y sus productos traducidos en *discursos* que –entre una generación en vías de mediatización (Verón, 1999<sup>8</sup>; Carlón, 2015) y otra

<sup>6</sup> (Traversa, 1986; Steimberg, 1993).

<sup>7</sup> Se usan aquí las nociones de *urdimbre* y *trama*, tal como plantea François Jullien (2008), para significar un tipo de *red* somera (como la que trenza un telar) configuradora de un orden perceptible que –para ser visto, no solo en su positividad cognoscitiva, como lo expresa Foucault (2005)– debe ser sacudido con la negatividad propia de una experiencia radicalmente diferente de dicho orden. Para eso se propone mostrar las evoluciones no causales de los sentidos sobre el conflicto juvenil en Cali, desde campos éticos, estéticos e incluso metafísicos; como llega a sugerirlo el mismo Jullien.

<sup>8</sup> Como sugiere Verón, “la principal consecuencia de la transformación social de las condiciones tecnológicas de producción discursiva sobre la teoría del sentido fue, quizás, iluminar la existencia de este desajuste constitutivo, que permanece ‘invisible’ cuando funcionan la producción y el reconocimiento en el mismo nivel, como es el caso

transmediatizada— se remozan, se resignifican o se resemantizan; y que, al mutar de lo analógico a lo digital, no solo afecta su *materia*, sino también la reacción *sensitiva* que los nuevos públicos expuestos a dichos discursos expresan.

### 3.1. El papel, el acetato y el film: mediatizaciones e “irritaciones” entre jóvenes extemporáneos (vistos por los de hoy)

Los primeros atisbos de la conflictividad juvenil esbozada por Caicedo Estela en su obra muestran los diferenciados accesos a los medios analógicos que comenzaron a *llenar de sentido* los mundos de vida de los jóvenes caleños: así, la literatura (de las vanguardias latinoamericanas *posboom*), la música anglo y la afroantillana, y las películas del cine clase B de Hollywood (en sus géneros *western*, musicales juveniles y comedias ligeras), pasan de ser aspectos diferenciadores de los jóvenes burgueses versus los jóvenes populares en la Cali de los años 60 y 70, para comenzar a generar la primera gran coincidencia temática interclase con los asuntos juveniles actuales, lo que representa una trama que le da vigencia y permanencia a la elusiva identidad juvenil:

Como sabemos, él escribió en esa época y todavía se sigue... se sigue [Interrompe un joven, y dice: “es contemporáneo”]; sí... es contemporáneo! (...) Sus temas son de jóvenes. Entonces por eso les digo que Andrés Caicedo es especial: ¡sus temas son bastante juveniles, y de todas formas siendo juveniles uno realmente siente todavía que han transcurrido en el tiempo... como ahora lo sentimos! Y nos sentimos identificadas con él y sus personajes (Testimonio de una joven, 17 años – GF 6).

Otro elemento que me parece que es muy significativo en la obra de Andrés Caicedo es que son como las acciones de rebeldía de los jóvenes: por ejemplo, ¡en *El atravesado*, que se reunían a pelear los de cierto sector con otro, es algo que... que es itinerante! Pues, no puedo decir cuántos años atrás, pero –pues no pasa de 5... hubo un auge de pandillas de muchachitos desocupados que no tenía papás que los cuidaran (realmente eso era lo que pasaba), que era que “El Bloque 18”<sup>9</sup>, que no sé qué, y se reunían a pelear. ¡Al lado de todos los centros comerciales donde toooooo el mundo los estaba viendo! (Testimonio de un joven, 25 años, GF12).

El thriller que, según afirman los entrevistados, configura *El Atravesado*, está soportado –como la mayoría de los relatos caicedianos– en un *soundtrack* que pervive y que remite por intertextualidad a la obra en conjunto de Caicedo. Aunque para el director de teatro Cristóbal Peláez, quien adaptó al teatro *Angelitos empantanados, o historias para jovencitos*, libro publicado en 1995 que contiene –entre otros cuentos– *El tiempo de la ciénaga*, la alegoría musical sólo

.....  
de los intercambios interpersonales. Lo que se puede llamar el paso a la sociedad mediatizada consiste precisamente en una ruptura entre producción y reconocimiento, fundada en la instauración de una diferencia de escala entre las condiciones de producción y las de reconocimiento” (1999, p. 150).

9 Pandilla juvenil caleña, de la primera década del 2000, integrada por jóvenes de clase media.

es una buena explicación en la medida en que sostiene las crónicas de rebeldía y anarquía juvenil:

Te cuento una anécdota: hay una profesora experta en la literatura de Caicedo. Tiene un programa de lectura en unos barrios del Distrito de Aguablanca con jóvenes... y un día me contó que para ella eran *jóvenes muy violentos, jóvenes muy indisciplinados...* hasta que una vez les dijo: *muchachos, vengan, vengan que les voy a leer un cuento... no, no, profesora más tarde*, le respondieron; y ella insistió: *vean, es un cuento muy chévere, dice así: A mí el primero que me enseñó a peliar fue Edgar Piedrahita<sup>10</sup>... ta, ta, ta...* Les leyó media página y se fueron arrimando, arrimando; y terminaron 15 jóvenes ahí (...) Nosotros hemos tenido funciones con la obra *Los Diplomas* para chicos que no pasan los 15 años. ¡Con un colegio que es más abierto –en Medellín– y hablo de 700 chicos, y no parpadean!!! La obra te coge y te atrapa (Testimonio de Peláez).

Esa *marca de continuidad* musical, que siempre emerge y que funciona como *gramática* (en tanto que justifica la pervivencia de la obra caicediana), está soportada en tecnologías analógicas que aparecieron simultáneamente: estéreos (para discos de acetato y para radio musical), cine (con películas protagonizadas por jóvenes, con bailes y canciones que luego las industrias culturales mercadeaban) y libros destinados a nuevos públicos lectores (que recogían esos estímulos y los convertían en relato juvenil). Esa fue la época que le tocó vivir e incorporar Caicedo Estela, tal como lo refiere el profesor de teatro Douglas Salomón<sup>11</sup>:

Andrés construye el fenómeno musical porque logra hablarnos en [Que] *Viva la Música* de uno de los fenómenos más grandes, generacionales, que es la salsa. Y en ese mismo lugar, el descubrimiento del rock; entonces, ¡estas dos fuerzas musicales que son la salsa y el rock en Andrés se vuelven una nueva mitología sonora!!! Esa mitología sonora construye, naturalmente, sensibilidades, porque digamos que muchísimos de los temas que están en [Que] *Viva la música*, esos temas no están archivados... ¡esos temas están vivos! (Testimonio de Salomón).

En oposición a lo citado, una joven del GF 2 opina que:

Lo que ha cambiado es que... me cuenta, por ejemplo, mi tío que tiene cuarenta y..., casi cincuenta años, es que, como decía: Antes una generación se venía muy marcada por la música que le tocaba, o le tocaba, porque se la imponía la radio y demás. ¡Era la que le tocaba! ¡Entonces, uno pone una canción de esa época, y todos Uyy, sí! qué tiempos aquellos! También me ha contado que se reunían a escuchar eso porque era lo que escuchaban en la radio. (...) En cambio hoy en día, es un desarrollo un poco más, digamos, en doble vía: de un lado personal, y de otro lado social. ¡Pero entonces ya no te marca! (Testimonio de una joven de 19 años – GF 5).

<sup>10</sup> Así comienza el cuento *El atravesado*.

<sup>11</sup> Produjo y dirigió la obra titulada *Hombre peleador de la calle*, basada en *El atravesado*.

Las *textualidades* musicales aportan aspectos relacionados con el sentido social. Pero dado que el ocio determina en gran medida los *espectros* tipológicos –como los llama Elias y Dunnig, (1992)– que caracterizan las actividades de uso del *tiempo libre*, que se matizan unas a otras, o que con frecuencia se “traslapan y funden” (1992, p. 122) y configuran intrageneracionalmente eso que Derrida –en su lectura de Hegel– llamó el “¡sí! primordial”<sup>12</sup>, termina siendo más determinante a la hora de crear *sonoridades* comunes entre los jóvenes contemporáneos. Lo que sucede en ese tiempo libre, perceptivamente hablando, aleja irreconciliablemente a las distintas generaciones –incluso de la misma familia– trazando lo que parece ser una brecha insalvable entre un *sentir* asociado a un *estar*<sup>13</sup>, y lo que el mundo adulto llama un sinsentido abstracto, irreconocible para sus oídos; saturados de otros escapismos más propios de sus respectivas épocas.

A mí, digamos, me gusta la [música] electrónica o lo que sea, entonces yo en mi casa cuando estoy haciendo trabajos, o estoy solo pongo la música que yo quiera para mí; ¡y la escucho para mí o para un reducido personal, si estoy en grupo con unos amigos y les gusta a todos, ponemos eso! (Testimonio de un joven de 19 años – GF 11).

Algo que me pasa. Un pequeño ejemplo, digamos, con la música: Yo tengo mis gustos, pero mi abuelo es un gusto... antiguo. Un gusto de boleros, de baladas viejas. Entonces cuando él escucha mi música, él es “Quite ese ruido”. ¡Pues, para mí no es ruido, pero para él sí! (Testimonio de un joven de 17 años – GF 3)

De la época en que los programadores radiofónicos escogían los *hits* musicales del momento, a la de los festivales de música electrónica que animan los DJs más famosos del mundo y que circulan por la red infinita de la Web, hay considerables diferencias: la música para bailar se sigue produciendo para las parejas (como la salsa, el bolero o el son), pero también se *hace* para los/as individuos, como afirman Broughton & Brewster (2006):

En un buen club, e incluso en la mayoría de los malos, la gente baila celebrando su juventud, su energía, su sexualidad. Están adorando la vida a través del baile y la música. Algunos la veneran con la intensificación de los niveles de percep-

12 Entendido como un acto de aceptación irracional que pone en marcha el proceso de intercambio generacional, o un gesto fundacional de cooperación y complicidad que solo es entendible como forma de agrupamiento de una *comunidad simbólica* que funciona como base de su existencia social (Livet, 1994).

13 Vázquez Roca (2006) se pregunta: “¿Dónde estamos cuando escuchamos música? La presencia no tiene por qué ser algo que demos por supuesto. El hombre, como señala Sloterdijk, es más bien ‘el metafísico animal de la ausencia’” (p. 6). Con este argumento el autor respalda su idea de que la *presencia* se refiere a un *estar* en el mundo –lo que implica *estar* también el mundo de los sentidos–, pero agrega que para apreciar dicha presencia es necesario haberse ausentado antes: mientras que la *ausencia* sería un “darse cuenta del mundo interior”, la ininterrumpida *conexión* con el mundo mediático vendría a ser una “continua y forzada presencia en el mundo (...) un mundo que aparece como exigencia y demanda permanente” (ibíd.). Y agrega Vázquez Roca: “Aún en el máximo contacto se puede tener una gran dosis de ausencia, como la soledad de las grandes ciudades. Nos encerramos dentro de una campana sonora específicamente humana: devenimos miembros de una secta acústica. Vivimos en nuestro ruido y, desde siempre, el ruido común ha sido la realidad constitutiva del grupo humano” (p. 7).

ción que producen las drogas. Pero la mayoría se deja llevar simplemente por la música y de la gente que la rodea. El DJ es la clave de todo esto. El DJ común, mezclando discos de la forma adecuada, tiene un poder tremendo para alterar los estados mentales de la gente. Un verdadero gran DJ puede hacer que toda la sala sienta, sólo por un momento, lo más parecido al amor (p. 16).

Por eso, al comentar la mitología musical y cultural introducida por Caicedo Estela en *Que viva la música*, los jóvenes RIDERS comprenden qué tipo de dispositivos favorecieron la pervivencia de los mitos a los que acude el autor para narrar *sensitivamente* su época y su vida:

Hablando de los estratos sociales y toda esta cosa, pues hablando de toda esa música del funk, soul, el running music; ¡o la música americana, en los 80, que allá era la gente de los barrios bajos la gente que escuchaba esta música! Entonces ¿Cómo entró acá? Acá entro fue por la gente rica, la gente que tenía el dinero para poder mandar a traer la música, para poder vestirse, para poder traer las revistas, para poder traer los... unos casetes de VHS, y para poder tener toda una tendencia que se marcó en los 80; entonces, la gente de plata era la que podía acceder a la indumentaria, a la información, a todo. ¡Y mira el contraste! Mientras aquí era los que tenían plata los que querían comprar esa cultura americana, de los 80, en los 80 era la gente pobre [de Estados Unidos] la que estaba en esa “nota”. Entonces resulta interesante ver cómo cambia el estatus social muchas veces en un lado y acá (Testimonio de un joven de 21 años – GF 1).

Como es apenas obvio, los dispositivos musicales han evolucionado y con ellos los gustos musicales<sup>14</sup>. En los rituales que ratifican cada tanto la adscripción clánica, la experiencia extática individual versus la experiencia lúdica colectiva son reproducidas como una forma de *trance* (Ospina Martínez, 2004) semejante al que hoy vivencian los jóvenes participantes de un placer subjetivo como el de la música electrónica: una forma experiencial vinculante (que algunos jóvenes participantes en los GF asocian a un “viaje de yagé”, en la medida que es posible por un momento volcarse *dentro de sí*) que es más un *compartir* que un *departir*; aunque se emule un estado de “comunidad con lo externo” (los demás y el mismo entorno) que en la actual escena de la música electrónica se conoce con la sigla PLUR (Peace, Love, Unity and Respect)<sup>15</sup>.

<sup>14</sup> Cingolani (2014) ha afirmado que la mediatización no puede ser un proceso exclusivamente social, o exclusivamente tecnológico: “En todo caso, la materialización involucrada en la mediatización cumple un rol de participante necesario (aunque no suficiente) en la transformación. Y es social en tanto transforma también a nivel de sentido, es decir, produce diferencia, produce lo que hasta allí no estaba en proceso, modifica lo que se constituía sólo como situación estable” (p. 14).

<sup>15</sup> Algo similar a lo dicho por jóvenes en los GF respecto de la “comunidad con lo externo” fue planteado en su momento Broughton & Brewster (2006) respecto al papel de los DJs de la música electrónica: “Como ves, ser DJ no es simplemente seleccionar unos cuantos temas. Se trata de provocar un sentimiento común. Se trata de conectar con los sentimientos de un grupo de personas y transportarlas a un lugar mejor. En las manos de un maestro, los discos se convierten en los instrumentos para rituales de comunidad espiritual que para mucha gente son los momentos más especiales de su vida” (p. 17).

A nosotros nos tocó la época del reguetón; y [la] salsa choke por ejemplo está ahora también. Que es un fenómeno que está cogiendo mucha fuerza, y que viene también de barrios bajos pero que ya inundo esto y está fuertísimo. Entonces: esa fue la música que nos tocó vivir y uno convive con ella. O sea, uno convive porque es para espacios de socialización, y uno le saca hasta el gusto, y uno sale a bailar y todo, pero no es la que me mueve a mí, y no es la que tengo que recodar en veinte años (Testimonio de una joven de 19 años – GF 8).

La músicaailable en Cali es un elemento de integración social intra e interclase, pero su evolución ha tenido unas consecuencias inesperadas para el conflicto juvenil. No deja de resultar extraño que Caicedo Estela no haya intuido en su *Manifiesto* en contra de la música comercial que ésta terminaría *ganándole la partida* frente a las más recientes generaciones: él, que había intentado mostrar el camino para el *buen cine*, la *buena literatura*, o la *buena música*, no alcanzó a percibir la “vulgarización” de los ritmos juveniles, mucho más anhelantes de carne que de baile:

Cuando recién empezó el reguetón acá; era –y discúlpeme la expresión – eran los ‘ñeros’, los “guisos”, la gente re... ¿sí? ¡Que eran felices y “perriban” y todo! Hoy en día, una niñita estrato 6 no se pierde un toque de J. Balvin ni por el hijueputa. O sea, ella... eso es lo último. Entonces... ¿Cómo es eso? Y en las pistas de los chicos “puppies” reguetoniando y toda la cosa (Testimonio de un joven de 21 años – GF 10).

En lo que respecta al cine, los personajes de Caicedo –que transitan por Cali como si fuera una calurosa *Pleasantville*<sup>16</sup> – son otro ingrediente más del mito caicediano: una adolescencia y una juventud burguesas, solariegas y plácidas; que llevan dentro el horror, la confusión y la desidia. Así es el poderoso y atrayente argumento que le permite a Cali reinventar su destino de ciudad “corruptora de mayores”.

Cuando pones a leer a un joven la literatura de Andrés, siente que abre lo prohibido ¿hmh? Sientes una provocación, sientes una invitación sonora, una “jerga”, que eso es fascinante –digamos– ¿Por qué? Porque además de todo [la obra de Caicedo] está profundamente influenciada por el cine... es decir, el cine negro; en el sentido en que cuando uno veía cine negro, uno tenía una fascinación por... no por los héroes que vendía Hollywood, sino que ese cine negro construía era todo lo contrario: jera el bandido lo que hacía que uno se fascinara... o en la literatura, también! Porque ¿quién es María del Carmen, sino un antihéroe? (...) una chica que viene de un medio, por decir de alguna manera “burgues”. ..., una niña burguesa que se “putea”, ¿ves? (Testimonio de Salomón).

Algunos de los jóvenes participantes en los GF coinciden en afirmar que la conexión con Caicedo Estela sucede a través de sus personajes/protagonistas,

<sup>16</sup> Película sobre una ciudad de fantasía, escrita y dirigida por Gary Ross en 1998.



dato que –tal y como ocurre actualmente– ellos también accedían compulsivamente al consumo de bienes culturales: cine, música, literatura; concordando con lo expresado por Caicedo Estela (2011, p. 443). Sin embargo, la *experiencia* de consumo entre los personajes caicedianos y los/as actuales jóvenes burgueses es bastante disímil, pues la *vigencia* de las piezas culturales a las que accede hoy este grupo etario es infinitamente *inferior* a la de los jóvenes personajes de la obra de Caicedo.

El coleccionismo del mismo autor demuestra su manera de regodearse con los bienes y objetos que las industrias culturales mercadeaban entre los 60 y los 70<sup>17</sup>. Hoy, la condensación del tiempo en *un solo presente* (Lechner, 1994) hace que la vida social devengue en un *collage* que hace perder la perspectiva de anclar pasado y presente, lo que produce una crisis de identidad que, de acuerdo con Lechner, puede ser evocada como una suerte de “esquizofrénica” (1994, p. 207) ocasionada por el rápido y efímero acontecer que brinda el consumo instantáneo y desechable. El coleccionismo del joven burgués actual es más de experiencias que de bienes culturales, por lo que ya no se puede hablar de una clara diferenciación social ligada a los “objetos” tecnológicos (cuyo disfrute era *privado*), sino a los “sujetos” y sus maneras de relacionarse sensiblemente con los productos de la mediatización digital y las posibilidades que ésta brinda para socializar experiencias subjetivas en esos espacios de encuentro juvenil conocidos hoy como “redes sociales”.

### 3.1.1. De medios analógicos a pantallas digitales: sensaciones táctiles de hoy para grupalidades juveniles contemporáneas

Los jóvenes RIDERS suelen afirmar que desde el “dame tu pin” de los chats del BlackBerry Messenger, las embrionarias redes sociales (MySpace o Hi5) o los espacios de mediación virtual fueron haciendo decaer poco a poco el encuentro cara a cara. Del gamberrismo juvenil setentero narrado por Caicedo Estela (que buscaba demostrar en duelo singular las capacidades y temeridades de la juventud burguesa y/o popular de dichas épocas) hasta los “parches” de *reguetoneros* de finales de los 90 y comienzos del siglo XXI<sup>18</sup> (que se citaban para pelear a través de Hi5), el conflicto juvenil burgués en Cali ha mutado –en

17 Para Torres, guionista de la película *Que viva la música*, en la Cali de los años 60 y 70 empezó un fenómeno hoy en decadencia: “El coleccionismo más bien es una manía, para mí [¿Un fetiche?]; Sí! O sea, no solamente coleccionamos eso [discos de música salsa] sino películas, libros ¿sí? ¡Cosas! Eso, yo pienso, que está más asociado a la precariedad que a otra cosa; es como una respuesta a nuestra precariedad: estar acumulando y tener y atesorar” [19:01].

18 Rivera (2009), quien ha estudiado los orígenes del fenómeno del reggaetón en Puerto Rico, plantea que: “Underground artists were imagined as infectious elements, posing the threat of cultural contagion. These artists were most often construed as pathological agents (nature makes hem do it), though at times they were portrayed as victims of circumstance (nurture made them do it)” (p. 121). De allí que sea un fenómeno muy particular de Cali las *alianzas* clánicas entre “niños bien” (seguidores de artistas como Arcangel o Daddy Yankee) con jóvenes populares que –como dice Juan Diego Aguirre “Cachastán”, en la nota titulada *Cuando el reggaetón inspiró la guerra en Cali* (Portal Las Dos Orillas, 15/12/2014) comenzaron conformando parches de muchachos, y terminaron “integrándose al crimen organizado de las cerca de 150 pandillas que operan en Cali o en las oficinas de Los Rastrojos y Urabeños”. Recuperado de: <https://www.las2orillas.co/cuando-el-reggaeton-inspiro-la-guerra-en-cali/> [Consultado: 8/06/2017]

cierto sentido– de lo físico a lo virtual; lo que ha impelido la construcción de otras ciber-espacialidades y confrontaciones que modificaron las percepciones de los actuales jóvenes burgueses respecto a qué es y cómo se afronta un asunto conflictivo.

Quando nosotros estábamos en el colegio, donde sí teníamos que compartir un espacio; ahí sí era el que llevara –por ejemplo– el parlante más grande, y entonces por ejemplo mi grupito: *Yo llevo este parlante, y traigo cables y lo conectamos con el tuyo para poder hacerle competencia al del otro lado de allá.* ¡Y esos también! ¡Pero los de allá tenían más plata y se traían dos Boses! Entonces ni modo de competir con eso (...) Llegaban al punto de amenazarnos con pegarnos, porque eran... digamos que, por ejemplo, habían (sic) muchos que eran hijos de traqueto, entonces esos sí eran los que llegaban a amenazar con eso... y sí se volvía un problema físico; entonces ahí decidíamos parar la música. ¡Y escucharlos, resignarnos! (Testimonio de un joven de 19 años – GF 2).

Al respecto, Muñoz (2011) afirma que dado que las ciberculturas del siglo XXI no nacen de una “catástrofe mundial que pone en evidencia el horror de la guerra y la destrucción de la humanidad” (p. 19) –lo que sí marcó el comienzo de las anteriores culturas juveniles en la segunda posguerra del siglo XX–, las *juventudes* actuales deben su origen a “*las nuevas tecnologías de la información donde han sido representados y de los cuales se han apropiado*” (ibíd.). Lo que las hace confluír menos en conceptos o ideologías históricas de clase, y más en el impulso vital presente en las *fuerzas sónicas* (Rose, 1994) que traen consigo “densos flujos de imágenes (...) profundos e iridiscentes surcos trazados por tanto artista, pensador, espíritu libre, outsider, poeta maldito, iluminado, bruja, mago, viajero, guerrero y apóstata que se ha convertido en mentor o inspirador de esas culturas” (ibíd.).

Es comprensible que entre una generación en vías de *mediatización* (años 60), como la narrada por Caicedo Estela, y una generación *transmediatizada* (primeras décadas del siglo XXI), exista una enorme brecha en el acceso a la información y a los estímulos de distintos orígenes; pero como es sabido, desde la discursividad social es posible la búsqueda de *marcas y huellas*<sup>19</sup> presentes en *la materia significativa: por eso, desde la perspectiva del reconocimiento*, a los jóvenes RIDERS les parece un anacronismo la confrontación pública en espacios situados (un parque, un teatro, una discoteca), y no pueden evitar que detrás de la escena de sus asuntos conflictivos esté lo que escogieron *ser*, y los medios en los que decidieron basar su existir trascendente:

La mayoría de los jóvenes se encuentran –¡o nos encontramos!– en un periodo de alta vulnerabilidad respecto a seguir lo que nos parezca correcto, podemos caer muy fácilmente en diferentes tendencias: tendencias sociales, tendencias

<sup>19</sup> Se habla de *marcas* cuando la relación entre las propiedades significantes y sus condiciones productivas no es clara; en cambio, se habla de *huellas* cuando la relación queda claramente establecida.

grupales, tendencias inclusive individuales que se pueden encontrar en diferentes medios: en el amigo, en el hermano, inclusive; y lo más importante que es un foco de-de... de ese conflicto juvenil, es la cantidad de información [a la] que se puede acceder hoy en día. ¡Porque antes los jóvenes se enfrentaban a problemas sociales propios de su ciudad, ahorita, cada persona, cada joven, me imagino que tiene influencias de otras partes del mundo! Que eso es una cantidad de información exagerada para los jóvenes (Testimonio de una joven de 21 años – GF 9).

Es sabido que casi sin excepción las sociedades juveniles globales vigentes encuentran en el consumo de bienes culturales un determinante de sus prácticas más extendidas. Sin embargo, a partir de lo explicitado por Caicedo Estela en sus obras, los jóvenes RIDERS reconocen como *huella* del despegue en Cali de las identidades juveniles basadas en dicho consumo a las décadas del 60 y del 70, siendo enfáticos en afirmar que la compulsión por visionar a través de redes sociales informaciones *ligeras* son el mejor reflejo del cambio en los hábitos de consumo cultural de las audiencias juveniles. A esto han contribuido “la *apertura de datos* y los *códigos de programación*” (Valero Pastor, 2015, p. 182), que en el contexto de la web resultan de gran utilidad por la posibilidad que las redes sociales ofrecen a sus usuarios de *republicar* los contenidos que por allí circulan. Lo anterior muestra cómo hoy es más común la reproducción de lo dicho por *otros*, que la producción de contenidos propios con puntos de vista novedosos; aunque dicha reproducción depende más, según algunos jóvenes, de las “lecturas emocionales” que de las racionales.

Como Uds. [dirigiéndose a algunos integrantes de RIDERS] lo publican en el Facebook: Inconscientemente hay una frase que dice “¡No la entendí hasta la 3ª vez!” Es decir, te rompen el corazón, y entiendes una canción ¿Cierto? ¡Te colocas alegre y entiendes algo que te dice la canción, así esté en inglés! ¡La entiendes! ¡La entiendes! Eso es algo que, como dice él [señala un compañero de GF] nos hace llegar a nuevas fronteras. Que nos hace abrirnos espacios; que hasta que no los sentimos, si no tenemos la necesidad de poderlo comprender; ¡no sabemos de qué está hablando! ¿Cierto? (testimonio de una joven de 17 años – GF 3).

Esto lleva a pensar que el *eterno y grácil bucle*<sup>20</sup> que funde identidades y subjetividades desde las épocas de la *mediatización* hasta las actuales formas de *transmediatización*, cuya labor divulgativa ha sido posible en parte por la aparición de *influencers*, que apelan al seguidismo y gregarismo juvenil, mediante estrategias tan sencillas pero tan efectivas como el emoticón, el *meme*, o los 60 segundos de video *non-stop* del/la *Instragramer*; o por el *muro* en los perfiles de los/as *Feisbuqueros/as*, en el que adquieren importantes connotaciones el *taggearse* mediante una cita, una fotografía, una pose o algún escrito *suelto* de un autor, un cantante o un *alguien* que ayude a proyectar una “imagen de sí”,

<sup>20</sup> La referencia es al subtítulo del libro de D.R. Hofstadter, titulado *Gödel, Escher, Bach*, de 1979.

mientras se remeda la de *otro*. En esos espacios de “disipación” de la *otredad* en los que han terminado convertidos las muy extendidas redes sociales.

### 3.1.2. La recirculación de los discursos: mutación de espacialidades reales a virtuales para nuevos debates

Verón (2004) –en su artículo *Diccionario de lugares no comunes*– ubica a la Producción/Reconocimiento como los dos polos del sistema productivo de sentido (p. 40). En ese marco, las *gramáticas de reconocimiento* vendrían a ser las “reglas” de lectura que permiten describir las operaciones de asignación de sentido sobre la materia significante; e insiste en que al someter un conjunto de textos (o un “corpus dado de discursos”) al análisis discursivo, la gramática resultante nunca es exhaustiva, dado que “todo texto es un objeto heterogéneo y constituye el lugar de encuentro de una multiplicidad de sistemas de determinación diferentes (...) es posible construir tantas gramáticas como maneras haya de abordar el texto” (p. 42). En este estudio, se pudo notar que algunas de dichas gramáticas están afinadas en el *pathos*, antes que en el *logos*; como lo manifiestan algunos jóvenes, por ejemplo:

Algo muy interesante, en general, de la obra de Caicedo es la riqueza con la que nos lleva a olores, sensaciones, y cómo podemos estar viviendo sin necesidad de ni siquiera conocer el lugar, pero como es que nos llega esa información; cómo es sentir el olor y lo que está pasando en el momento. Andrés algo que también plantea es lo hermoso de poder ver esa Cali en ese momento: ¡lo que estaba pasando! (Testimonio de una joven de 17 años – GF 2).

De los testimonios se desprende que recorrer la ciudad, así sea en un vehículo particular, como sucede hoy día con buena parte de los jóvenes clasemedios, es una forma de redescubrir la populosa Cali de los 70. Pero también es una manera de *habitar* nuevos espacios geográficos construidos y reconstruidos imaginaria y urbanísticamente durante las 4 décadas posteriores al alumbramiento de las obras caicedianas:

¡No puedo evitar pensar en el parque de la 26 en San Fernando! O sea, para mí es inevitable. ¡Y me parece chévere! Me parece chévere porque siento que esa gente que me está mostrando el libro... ¡es MI GENTE! Digámoslo así, es como que son personas que conozco. Y creo que, no sé, es algo como muy de nosotros, y soy muy egoísta en esa parte, pero creo que otra persona que –no hablo de Cali como tal, sino de Colombia, o sea personas extranjeras–, un estadounidense viene y lee eso, y no va a entender por qué es tan especial. Pero para nosotros es muy especial, y para mí, pues, a pesar que no soy muy amante de él, para mí es muy especial (Testimonio de un joven de 18 años – GF 6).

Para hacer recircular ese imaginario identificador entre los jóvenes de hoy, de que nacieron y habitan una ciudad hedonista, no solo han sido útiles la

obras caicedianas, sino todo un patrimonio de productos artísticos y culturales mediatizados (canciones<sup>21</sup>, poemas, películas o documentales<sup>22</sup>). Como advierte Grimson, las fronteras de la cultura, o sea, “las prácticas, creencias y significados rutinarios y fuertemente sedimentados” (2011, p. 138), no necesariamente coinciden con las fronteras de la identidad, entendidos como “los sentimientos de pertenencia a un colectivo y a los agrupamientos fundados en intereses compartidos” (ibíd.). El punto de enlace entre la configuración cultural y la identidad debió ser, primero, *constituido*, y luego permanentemente reconstruido para que –siguiendo con Grimson– “la pertenencia por una parte, y las tramas de prácticas y significados por la otra” (p. 139) coincidieran en una devoción que relaciona a la ciudad de Cali como La Sucursal del Cielo, La capital mundial de la Salsa, La capital deportiva de América, La Sultana del Valle, [Cali] Un sueño atravesado por un río, y hasta [Cali: la que] nació de la sonrisa de Dios sobre la tierra. Hoy, el Citymarketing enfatiza en la sensualidad de Cali, la “Ciudad Delirio” (2014) que mezcla música salsa, baile y circo; un modelo de emprendimiento que reditúa entre quienes saben explotarlo, y que cumple la función social de agrupar en un relato más o menos coherente toda suerte de estrategias de posicionamiento de dicha ciudad como cargada de estereotipos basados en la alegría, el deporte y la belleza (Minotta Hurtado, 2014). Singularidad que aparece bien ilustrado en el testimonio de Frank Wynne, traductor de *Que Viva la Música* al inglés:

Cuando los derechos de edición han sido comprados en Inglaterra para *Penguin*, y que me han pedido traducirlo (...) Leyéndola por segunda vez era como un viaje, porque Andrés era un poco mayor que yo, pero bueno, hemos visto las mismas películas, y sobre todo escuchado la música de la primera parte (...) Los dos soñamos con crear algo... todas esas cosas, la literatura, la música, las películas; así que para mí habían tantas cosas que coincidían, pero había también todo un mundo que para mí era completamente desconocido, no solamente Cali de los años 70: aparte de las mujeres que tienen cuarenta y tantos años y hacen zumba en Londres, la música salsa no ha llegado a Irlanda. O sea, ¡no sé si conocen el baile de Irlanda, pero no es igual al de Cali! [risas]. No se hace con las caderas, no es nada sexual, es más un rito que un baile. Así que tuve que aprender salsa, sí; tantas cosas que, bueno, dos años después he entregado una traducción, y el escritor al leerlo dijo: ‘pues no sé cómo hiciste, no sé lo que es, no sé qué hiciste, pero es muy interesante!’ [risas] (Testimonio de Wynne).

Para los jóvenes RIDERS no es ajena la imagen que proyecta su ciudad. La *feminidad* de Cali es un rasgo diferenciador que pervive desde los años 60 hasta la actualidad. No hay que olvidar que según Wade (1998), desde mediados del siglo XX se impuso en Colombia la idea que su identidad nacional está asociada

21 Una recopilación o lista del cancionero dedicado a Cali puede verse en: <https://es-la.facebook.com/notes/orgullosamente-cali%C3%B1o/121-canciones-dedicadas-a-nuestra-bella-cali/360584206542/>

22 Un clásico documental dedicado a Cali es: “Cali de Película” (1973), de Luis Ospina y Carlos Mayolo.

al disfrute de la música a través del baile. E incluso se llegó a sugerir que las etnicidades determinan formas de expresividad corporal que han influido de forma sustantiva los ritmos y tendencias musicales que convocan a las generaciones jóvenes de cada década. La *siempreviva* caicediana vendría a ser entonces una metáfora –además de musical– de una fémina que, parafraseando a Wade, tiene el acre olor de la selva y del sexo.

Pero hay algo en su forma de escribir que me parece súper, y como que me engancha un resto, puede ser que él utilice como muchos diminutivos en las palabras; y esa forma de escribir, que parece un poco femenina, como que hay algo ahí que a mí me encanta (Testimonio de una joven de 17 años - GF4).

La marcada liberalidad que trajo consigo el hedonismo setentero se profundiza en las décadas de los años 80 y 90, y encuentra en la laicidad de los y las jóvenes una mayor conexión con los deseos latentes de sus cuerpos, lo que ha devenido en una más decidida exploración de la sexualidad y las experiencias, que ahora parece ser vivida con menos pacatería que en épocas anteriores: al menos eso afirman algunos estudios realizados en Cali sobre el erotismo lúdico y funcional en la ciudad (Sevilla Casas, et al., 1997; Arias et al., 2011) que abordan el tema del papel de los medios de comunicación en la iniciación sexual femenina y en el desplazamiento de parafilias adolescentes (como el exhibicionismo y el voyeurismo en redes sociales). La mayoría de edad de los jóvenes caleños parece que comenzara un poco antes que lo *legal*, motivada por una temprana curiosidad sexual y una mayor apertura a asumir su sexualidad con su pareja (del otro o del mismo sexo): según lo refieren asistentes a los GF, a esa maduración prematura ayudan algunos “rituales de paso” que siguen siendo comunes entre las jóvenes locales de cualquier condición social o económica:

Yo lo siento como muy caleño, la verdad: hay una parte que María del Carmen va a una fiesta de 15 [Dirigiéndose al resto de integrantes “No sé si se acuerdan que ella va a una fiesta de 15”; algunos asienten]; pero como que no le parece tan chévere porque ya estaba acostumbrada es a otro tipo de ambiente más pesado, donde sí bailaba todo el mundo, sino que en esta fiesta no bailaban; pero, no sé: las fiestas de 15 –en la cultura caleña– siempre están como muy presentes en esa necesidad de todas las niñas de que “La tienen que hacer”, y que si no, le lloran a los papás (Testimonio de un joven de 19 años – GF11)

¡Yo me acuerdo que en Facebook ponían en sus fotos de portada a Andrés Caicedo! Y le ponía: “Nooo, mi amor!” [risas y pregunta del moderador: ¿De los 14 a los 16, decís?] Sí, entre 14 y 16, más o menos, la edad en que –primero- lo descubren; porque además Andrés Caicedo como es el único escritor caleño que es muy reconocido; es el escritor caleño que está casi obligatorio en todos los cursos de “Español” y “Literatura” de los colegios. O sea, todos lo tenemos que leer en algún punto, y lo hacemos más o menos a esa edad. [Caicedo es] como el primer amor (Testimonio de un joven de 17 años – GF7)

Los homenajes anuales que le realizan al joven autor caleño con ocasión de su suicidio, y que son divulgados y recirculados en distintos medios de comunicación, mantienen vivo el mito construido alrededor de ese lejano/cercano personaje que prefirió la muerte a la adultez. Y ha servido para construir lo que Shouse (1999) llamó:

La alegoría de una generación postmoderna que por medio de la cultura pop y los medios masivos problematiza y critica los fracasos y las fisuras en las estructuras fundamentales de la modernidad (el Estado-nación, el capitalismo nacional, el socialismo utópico, la teoría de la dependencia, los binarismos de centro-periferia y de cultura alta y cultura baja, etc.) (p. 58).

Sin embargo, del polémico y valemadrista Caicedo Estela hoy parece, esa es la sensación al menos expresada en los GF, que queda muy poco:

Ahora todos somos “Políticamente correctos”, o “¿Qué es lo que quieren que hagamos?”. Entonces, ¡claro! ¡En este mundo de lo políticamente correcto, entonces ya los extremismos no van! (...) Entonces ya la gente como que no se atreve a decir “Yo soy esto!”, y “Me decido por esto!”, y “Voy a tratar de cambiar la sociedad con esto!”, sino que vamos como ahí! (...) Pero ahorita se ve que alguien dice “Noo, es que no estoy tan de acuerdo con las ideas del capitalismo, pues, por tal cosa” [y los otros dicen] ‘Ahhh, ¡mamerto! ¡Qué mamera este man!’ [alguien dice ...o *castrochavista*] ¡Eso, sí! ¡Esa palabra inventada! Entonces como que se empezaron a excluir un poquito ciertas ideas que no iban con lo de ahora [la opinión hegemónica] (Testimonio de un joven de 19 años – GF 6).

Ante la carencia de autoridad estatal, desde los años 80 se comienza a observar en la ciudad el repliegue burgués: unidades residenciales privadas, centros comerciales privados, colegios privados, clubes privados; en general, toda forma de constreñimiento de la *otredad*. Por eso, entre las nuevas generaciones queda la sensación que el verdadero bastión a defender es justamente el privado, mientras que lo público es una ideación caída en desgracia.

Según refieren quienes participaron en los GF, las nuevas generaciones de las familias burguesas acceden más tempranamente –con respecto al joven *popular*– a una especie de “bien” adulto: la libertad de decisión. Pero ya no es una decisión política o ideológica la que moviliza a los jóvenes burgueses contemporáneos, pues el escepticismo, la apatía y el desencanto por los asuntos públicos son hoy tan comunes como la compulsión por la vida ajena, el seguidismo y la fruición gregaria que favorecen arquetipos de moda, belleza y salud; que la emergencia de las nuevas plataformas digitales y el actual mundo de las *apps* y las redes sociales *publicifica* a libre oferta y demanda de los interesados.

#### 4. CONCLUSIONES

A lo largo del artículo se han sumado argumentos sobre cómo los productos de la naciente y creciente mediatización han permitido a los jóvenes burgueses de ayer y hoy generar distintos espacios de socialización que facilitan y/o dificultan la tramitación de sus conflictos más notorios. Al respecto se pueden evidenciar los siguientes hallazgos:

1) Entre los años 70 y la actualidad [2019] se nota una evolución desde el *coleccionismo* de bienes culturales (en formato analógico) hasta el coleccionismo de experiencias (en formato digital). Esto potencia el uso y la apropiación de formas extendidas de mediatización (como las redes sociales) que facilitan el encuentro virtual aséptico, a diferencia del anterior encuentro *piel-a-piel* que caracterizó a los jóvenes burgueses protagonistas de las obras de Caicedo Estela, tomadas como corpus de este trabajo.

2) Si al comienzo las redes sociales permitieron la tramitación *física* de los conflictos (por el uso del HI5 para las peleas callejeras en “parches” de jóvenes regueteros), ahora son *espacialidades* que contienen un amplio espectro de posibilidades de seguidismo y gregarismo hacia el *otro* arquetípico, pero también de confrontación simbólica hacia el *otro* diferente. Esto lleva a pensar que la relación *mismidad/alteridad* se mantiene en los espacios virtuales, llamados aquí: *espacios disipadores de la otredad*.

3) La experiencia vital de muchos jóvenes burgueses contemporáneos –según lo manifestado en los GF– podría decirse que es *agorafóbica*, lo que les lleva a refugiarse en el uso frecuente de pantallas táctiles: una suerte de “templos” expiatorios a los que acuden invariablemente ante cualquier amenaza real o imaginaria. Por eso, todos los jóvenes burgueses se quieren encontrar en el centro para poder sentirse “normales”; pero lo que no se atreven a definir es qué tipo de “normalidad” es la que se encuentra en el centro.

Las generaciones posteriores al llamado periodo del *fin de la historia* han comenzado a habitar una virtualidad que les confina a un dilatado presente de realidades superpuestas, y que han tomado como un hecho dado que el sistema político viene aunado al sistema económico: democracia liberal y capitalismo global (principios en construcción sobre los cuales deliberaron y actuaron, políticamente, los jóvenes narrados por Caicedo Estela), son ahora modelos civilizatorios implantados o favorecidos por los productos de la naciente y creciente mediatización. Y dado que los fenómenos mediáticos de hoy funcionan como *sensorium* en generaciones reclamantes de desarrollos tecnológicos vanguardistas, los productos de la *transmediatización* prometen modificar escalarmente la percepción y la interpretación de la realidad circundante, lo que impactará aun con mayor fuerza en la experiencia vital de los jóvenes venideros.

Una urdimbre presente ayer y hoy es la tecnofilia juvenil: los –ahora– lejanos jóvenes sesenteros y setenteros construían sus socialidades a partir de la



presencia cada vez más artificiosa de la tecnología destinada al entretenimiento: la literatura (finales del siglo XIX, y hasta comienzos del XXI), la música grabada (desde el gramófono hasta Spotify) y el cine (desde el teatro hasta el Smart TV) son demostraciones de los pasos evolutivos que han experimentado los soportes (o fenómenos mediáticos) portadores de discursos; del paso de una era *mecánica* a una *electrónica*; de un momento *analógico*, a uno *digital*; de un espacio de disfrute colectivo a uno subjetivo<sup>23</sup>.

Siguiendo la línea del tema desarrollado, este cambio ha actuado también a nivel de los sentidos: del contacto personal que exigía el tacto, de la mirada a distancia que seguía al objeto del deseo, de la voz del otro que estimulaba el oído; ahora se ha pasado a la fría y lisa pantalla táctil que reúne todos los deseos juveniles, todo el pasado y todo el presente; o sea, todo su *horizonte sinestésico*. Ese es el tipo de interacción predominante entre las nuevas generaciones: una interacción fría, mediada y a distancia, pero inmersiva, controlada y total. El mayor contacto *real* (si aún existe algo en la era de la mediatización digital) es con el artefacto. Parafraseando a Echevarría (1999), el paso entre tecnologías destinadas a los sentidos perceptivos, como el libro (a la visión), la música (a la audición) o el cine (a la audiovisión), frente a las que conservábamos según Echevarría una *distancia positiva*, se mutó hacia el progresivo refinamiento de nuevas prótesis tecnológicas que ya permanecen en contacto háptico con nuestra piel (como el Smartphone, la Tablet o el PC, que tendría *distancia cero*); hasta llegar finalmente a una que decidamos introducir en nuestros cuerpos (como un chip integrado que actuaría como una interfaz en *distancia negativa*).

Es posible que dicho paso sea más rápido de lo imaginado. Este *ser* integrado a (o *con*) la tecnología ya fue imaginado –como el soñador que sueña un hombre para imponerlo a la realidad, sin saber que él mismo es producto de un sueño de otro, tal como lo narra la fábula de *Las ruinas circulares* (Borges, [1944] 1998)– por un sistema psíquico precedente, *por una voluntad o una fuerza* creadora que anticipa sus sueños en otras formas demiúrgicas, que no son otras que los discursos que han portado ya los anteriores productos de la mediatización humana. Así como las varitas mágicas o las bolas de cristal de las hechiceras que el mundo Disney popularizó –hasta hacerlas necesarias–, se traducen en los últimos celulares. La *integración* virtuosa entre hombre y máquina está en la psique de generaciones pasadas, por lo que las actuales seguramente las asumirán sin restricción ni decoro.

Y será acaso el “efecto de empequeñecimiento” (Virilio, 2003, p. 52) logrado por las nuevas tecnologías en la sensibilidad juvenil, que el *Superhombre* que emergerá encontrará el sentido de su vida en esta integraciones e incorporaciones tecnológicas, pues el efecto de mejoramiento, de actualización y de convergencia funcional es tentador. Asumamos que *los(as) hermanos(as)*

23 Rositti afirma al respecto que los “comportamientos que en el futuro podrán ser generalizables para toda la sociedad (en algún momento) son específicamente juveniles” (1980, p. 196).

Wachowski<sup>24</sup> lo advirtieron cuando mostraron cómo un cuerpo humano adquiere destrezas y habilidades que pueden ser descargables mediante un software especializado. En la actual tactilidad sin tacto (que “irrita” nuestro deseo a través de la retina, pues el eros tecnológico *es liso como una vitrina*, según Ramírez Lamus, 1996), la advertencia encontrada en el título del libro de Gaiman (2015), *Material Sensible*, se expresa en relatos que señalan que hay un cambio de escala *gestáltica*: desde los mundos posibles<sup>25</sup> hasta los imposibles.

¿Solucionarán los jóvenes de hoy y mañana sus conflictos mediante videojuegos? ¿Crearán quimeras o esfinges que luchen por ellos en la arena de los avatares? ¿Con qué rasgos identitarios propios y ajenos enfrentarán la realidad *real* y cómo reconfigurarán sus universos simbólicos de *Prometeos cansados*<sup>26</sup>? Posiblemente, *después del acto de instauración* (Souriau, 2017), cuando la *transmediatización finalmente compatibilice y singularice* cuerpo y máquina, los jóvenes acogerán por fin en su (semi)existente humanidad las tecnologías omnicomprendidas que acaben de una vez por todas con los obsoletos “aparatos de representación” (Manovich, 2006, p. 156). Justo en ese hipotético momento las otras realidades dejarán de *ser*, pues la existencia humana y tecnológica será una sola, ubicua y armónica.

## REFERENCIAS

- Arias, L., Vásquez, M. L., Dueñas, E., García, L. & Tejada, E. (2011). Comportamiento sexual y erotismo en estudiantes universitarios, Cali-Colombia. *Colombia Médica*, 42(3), pp. 309-318.
- Borges, J. L. ([1944] 1998). *Ficciones*. Buenos Aires: Alianza.
- Broughton, F. & Brewster, B. (2006). *Anoche un DJ salvó mi vida: historia del DJ-desde los orígenes hasta el garaje*. Barcelona: Robinbook.
- Caicedo, A. (2011). Imaginarios urbanos en Calicalabozo de Andrés Caicedo. En Ortega, M.L., Osorio, M.B. & Caicedo, A. (compiladores.), *Ensayos críticos sobre el cuento colombiano del siglo XX* (pp. 441-470). Bogotá, Universidad de los Andes.
- Caicedo Estela, A. (2010). *El atravesado*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

<sup>24</sup> Lana y Lilly Wachowski, directoras de cine y productoras audiovisuales estadounidenses. Creadoras, entre otras obras, de la trilogía *The Matrix* entre 1999 y 2003. Ambas llevaron adelante un cambio de género y se reconocen e identifican como mujeres.

<sup>25</sup> Levy (1999) aclara –retomando a Deleuze– que mientras lo posible ya está constituido, pero “se mantiene en el limbo” (p. 10), y lo convierte así en un *real fatasmagórico* latente, idéntico a lo real (solo faltándole la existencia); mientras que lo virtual se opone a lo *actual*, pues viene a ser el “nudo de tendencias o de fuerzas que acompaña a una situación, un acontecimiento, un objeto o cualquier entidad que reclama un proceso de resolución: la actualización” (p. 11).

<sup>26</sup> La metáfora es de Byung-Chul Han (2012).

- Caicedo Estela, A. (2013). *Que viva la música*. Bogotá: Punto de Lectura-Prisa Ediciones.
- Caicedo Estela, A. (2014). *Cuentos completos*. Bogotá: Alfaguara.
- Callejo, J. (2001). *El grupo de discusión, introducción a una práctica de investigación*. Madrid: Ariel.
- Carlón, M. (2015). La concepción evolutiva en el desarrollo de la ecología de los medios y en la teoría de la mediatización: ¿la hora de una teoría general? *Palabra Clave*, 18(4), pp. 1111-1136. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.4.7
- Cingolani, G. (2014). ¿Qué se transforma cuando hay mediatización? En Rovetto, F. & Reviglio, M.C. (compiladoras). *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones*. Recuperado de: <https://rephip.unr.edu.ar/handle/2133/4974>  
Consultado: 27/03/2019
- Coser, L. A. (1980). *Hombres de ideas: el punto de vista de un sociólogo*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Duchesne Winter, J. (2007). *Equilibrio encimita del infierno. Andrés Caicedo y la utopía del trance*. Cali: Fundación Editorial.
- Echeverría, J. (1999). *Los Señores del Aire: Telépolis y el Tercer Entorno*. Barcelona: Destino.
- Eco, U. & Sebeok, T. A. (eds.) (1989). *El signo de los tres: Dupin, Holmes, Peirce*. Barcelona: Lumen.
- Elias, N. & Dunning, E. (1992). *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. (2005). *Las palabras y las cosas: una arqueología de las ciencias humanas*. México: Siglo XXI Editores.
- Gaiman, N. (2015). *Material sensible*. Barcelona: Salamandra.
- Glaser, B. & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. New York: Aldine Publishing Company.
- Grimson, A. (2011). *Los límites de la cultura. Crítica de las teorías de la identidad*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Han, Byung-Chul (2012). *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder.
- Jullien, F. (2008). *La urdimbre y la trama*. Buenos Aires: Katz Editores.
- Lechner, N. (1994). La democratización en el contexto de una cultura posmoderna. En: Herlinghaus, H. & Monika, W. (editores). *Posmodernidad en la periferia: enfoques latinoamericanos de la nueva teoría cultural* (pp. 197-224). Berlín: Langer Verlag.
- Lévy, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós.

- Livet, P. (1994). *La communauté virtuelle: Action et Communication*. Paris: Éditions de l'Éclat.
- Loaiza Cano, G. (2012). Introducción general. En *Historia de Cali. Siglo XX*. Cali: Universidad del Valle.
- Luhmann, N. (1984). *Social Systems*. Stanford: University Press Stanford.
- Manovich, L. (2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós.
- Minotta Hurtado, M. E. (2014). *Las caleñas son como las flores... ¿Y los caleños? Estudio sobre estereotipos de género en dos espacios públicos de Cali*. Trabajo de Grado de Sociología, Universidad del Valle, Cali, Colombia. Recuperado de: <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/8195/1/0508811-P-S-15.pdf>  
Consultado: 08/05/2017
- Moncada Esquivel, R. (abril 20, 2014). Conozca a 'Los Riders', un singular club de lectura caleño. *ElPaís.com.co* Recuperado de: <https://www.elpais.com.co/elpais/cultura/noticias/conozca-riders-singular-club-lectura-con-900-jovenes-apasionados-por-libros>
- Muñoz González, G. (2011). De las culturas juveniles a las ciberculturas del siglo XXI. *Colección Teología y Sociedad*, 9, 11-25).
- Navia, J. & Álvarez Parra, M. (2014). *Riders: clubes juveniles de lectura, redes sociales y apropiación de bibliotecas públicas*. Ponencia, VI Encuentro de Bibliotecas en Tecnologías de la Información y la Comunicación – BIBLIOTIC 2014, Bogotá, Colombia. Recuperado de: <http://repositorio.bibliotic.info/IMG/pdf/bibliotic2014-ponencia-riders-vf1.pdf>
- Ospina Martínez, M. A. (2004). Ágapes urbanos. Una mirada sobre el vínculo entre música electrónica y communitas en la ciudad de Bogotá. *Tabula Rasa*, 2, 189-212. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39600211> - Consultado: 13/03/2019
- Pinilla Sepúlveda, V. & Lugo Agudelo, N. (2011). Juventud, narrativa y conflicto: una aproximación al estado del arte de su relación. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 9(2), 35-62. Recuperado de: <http://revistaumanizales.cinde.org.co> - Consultado: 03/04/2016
- Ramírez Lamus, S. (1996). Culturas, tecnologías y sensibilidades juveniles. *Nómadas*, 3, pp. 91-99
- Rivera, R. Z. (2009). Policing Morality, Mano Dura Stylee: The Case of Underground Rap and Reggae in Puerto Rico in the Mid-1990s. In Rivera, R., Marshall, W. & Pacini Hernandez, D. (ed.). *Reggaeton*. London: Duke University Press.
- Rose, T. (1994). *Black Noise. Rap music and black culture in contemporary America*. Hannover: University Press of New England.

- Rositti, F. (1980). *Historia y teoría de la cultura de masas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Sevilla Casas, E. et al. (1997). Erotismo y racionalidad en la ciudad de Cali. Informe científico del proyecto Razón y Sexualidad. Recuperado de: <http://cms.univalle.edu.co/socioeconomia/media/ckfinder/files/DOCUMENTO%20DE%20TRABAJO%20CIDSE%20N%C2%B0%2032.pdf>
- Shouse, C. C. (1999). Bailando los binarios: la industria cultural y el sujeto postmoderno en ¡Que viva la música! *Revista de Estudios Colombianos de la Asociación de Colombianistas*, 20, 57-62.
- Souriau, É. (2017). *Los diferentes modos de existencia*. Buenos Aires: Cactus/Serie Perenne.
- Steimberg, O. (1993). *Semiótica de los medios masivos: el pasaje a los medios de los géneros populares*. Buenos Aires: Atuel.
- Traversa, O. (1986). Carmen: la de las transposiciones. *Actas del 1er Congreso Nacional de Semiótica*, La Plata, Argentina.
- Traversa, O. (2015). Eliseo Verón y el trayecto largo de la mediatización. *Estudios Digital*, 0(33), 131-150. DOI: <http://dx.doi.org/10.31050/1852.1568.n33.11608>
- Valencia Giraldo, V. H. (2018). *Huellas y marcas del conflicto juvenil burgués en Cali-Colombia: una mirada sociosemiótica a la obra de Andrés Caicedo Estela*. Santiago de Cali: IMPRETICS.
- Valero Pastor, J. M. (2015). Tendencias de Innovación Mediática en los Estados Unidos. *Communication Journal*, 6, 161-193. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5281775>
- Vásquez Roca, Adolfo (septiembre-diciembre, 2006). Música y filosofía. Registros polifónicos: de Johnny Cagea Peter Sloterdijk. *Revista Encuentros Multidisciplinarios*, 24. Recuperado de: <http://www.encuentros-multidisciplinarios.org/Revistan%C2%BA24/Adolfo%20V%C3%A1squez%20Rocca.pdf>
- Verón, E. ([1984] 2004). Cuando leer es hacer: la enunciación en el discurso de la prensa gráfica. En *Fragmentos de un tejido* (pp. 171-192). Barcelona, Gedisa.
- Verón, E. (1999). *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (2004). *Fragmentos de un tejido*, Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (2015). Teoría de la mediatización: una perspectiva semio-antropológica. En *CIC-Cuadernos de Información y Comunicación*, 20, 173-182.
- Virilio, P. (2003). *El arte del motor: aceleración y realidad virtual*. Buenos Aires: Manantial.
- Wade, P. (1998). Music, blackness and national identity: three moments in Colombian history. *Popular Music*, 17(1), 1-19.

## MATERIAL AUDIOVISUAL

*Cali de Película* (1973). Dirección: Luis Ospina y Carlos Mayolo. Colombia: Cine al ojo / Cinesistema. 14 min.

*Ciudad Delirio* (2014). Dirección: Chus Gutiérrez. Colombia-España: 64 A Films-Film Fatal & Televisión española. 92 min.

\*Contribución: 100% del trabajo pertenece al autor.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

### IDENTIFICACIÓN DEL AUTOR

**Víctor Hugo Valencia Giraldo.** Doctor en Comunicación, Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Argentina, y Magíster en Estudios Políticos, Pontificia Universidad Javeriana Cali (PUJ Cali), Colombia. Comunicador Social-Periodista por la Universidad del Valle, Colombia. Profesor Asociado adscrito al Departamento de Comunicación y Lenguaje, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, PUJ Cali. Actualmente está a cargo de los cursos “Historia de las Tecnologías de la Comunicación” y “Comunicación y Tecnologías” del área teórica de la carrera de Comunicación de la PUJ Cali. Es miembro del grupo de investigación “Procesos y Medios de Comunicación” (Categoría A – COL-CIENCIAS), y entre sus publicaciones recientes se encuentra el libro titulado: “Huellas y marcas del conflicto juvenil burgués en Cali-Colombia: una mirada sociosemiótica a la obra de Andrés Caicedo Estela”, con el que ganó el primer puesto en la modalidad Estudios Culturales del Valle del Cauca, en el Concurso de Autores Vallecaucanos–Premio Jorge Isaacs, versión 2018.

### REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

Valencia Giraldo, V. H. (enero-junio, 2019). Materiales sensibles. Mediatizaciones en el conflicto juvenil según algunas obras de Andrés Caicedo Estela. *InMediaciones de la Comunicación*, 14(1), 85-108

# Violencia y muerte en las redes sociales: hacia un Snuff 2.0

## Violence and death on social networks: towards a Snuff 2.0

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1.2888>

► JULIÁN TONELLI

juliantonelli84@gmail.com - Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina.

Fecha de recepción: 28 de marzo de 2019

Fecha de aceptación: 24 de abril de 2019

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8291-0790>

### RESUMEN

Este artículo emprende una exploración en torno a imágenes que, respecto de su desempeño sociocultural, se consideran *abjectas*. Se tienen en cuenta dos ejes de análisis centrales: a) el *realismo* y la *impresión de realidad*, considerando el desarrollo evolutivo de los dispositivos de reproducción vinculados al cine; así como la configuración y la inserción social de aquellas imágenes que se han asumido y que se asumen como realistas en el contexto de la cultura audiovisual moderna; b) la controversia sobre la difusión, la circulación y el consumo de imágenes mediáticas de violencia y muerte, teniendo en cuenta su construcción y sus efectos de sentido. Los fenómenos actuales propiciados por Internet, a saber, la emisión de muertes –por asesinato, suicidio o accidente– a través de las redes sociales. La meta aquí es dilucidar algunas características fundamentales de este objeto novedoso, conectado al video amateur y al rol determinante de Internet en la evolución contemporánea del mito urbano de las *snuff movies* (asesinatos perpetrados para su registro filmado). Dicho objeto implica una actualización de cuestiones vinculadas a la producción audio-

visual y al mito mencionado. El propósito es indagar en qué consistiría esa supuesta actualización.

**PALABRAS CLAVE:** *mito snuff, redes sociales, realismo, Caught on Tape, espacio ético.*

### ABSTRACT

This article undertakes an exploration around images that, with respect to their socio-cultural performance, are considered abject. It is based on two axes of analysis. A) realism and the impression of reality, considering the evolutionary development of reproduction devices linked to cinema; as well as the configuration and social insertion of those images that have been assumed and are assumed as realistic in the context of modern audiovisual culture. B) The controversy over the diffusion, circulation and consumption of media images of violence and death, taking into account their construction and their effects of meaning. In the present we are faced with a phenomenon propitiated by the Internet, namely that of deaths –by murder, suicide or accident– which are broadcast through social networks. The goal here is to elucidate some fundamental characteristics of this novel object, connected to amateur video and the determinant role of the Internet in the contemporary evolution of the urban myth of snuff movies. Such an object would imply, to a greater or lesser extent, an updating of issues related to audiovisual production and the mentioned myth. We intend to investigate what this supposed updating would consist of.

**KEYWORDS:** *snuff myth, social networks, realism, Caught on Tape, ethical space.*

## 1. INTRODUCCIÓN

Este artículo se detiene en la exploración y el análisis de imágenes que, de acuerdo con su desempeño sociocultural, son consideradas *abyectas*, caracterizadas por la violencia y la mediatización de la muerte. Dicho trabajo es la continuación de la tesis de maestría titulada: *Mito snuff y cine de ficción. De la mirada prohibida a la muerte en directo* (Tonelli, 2018), cuyo objeto de análisis fueron las películas de ficción que tematizan el mito de las *snuff movies*<sup>1</sup>. Aquí se recuperan dos miradas tradicionales de *snuff*:

- “Las películas *snuff* muestran el asesinato de un ser humano –un sacrificio humano, sin la ayuda de efectos especiales u otros trucos– perpetrado para su filmación, y circulan entre unos pocos, con propósito de entretenimiento” (Kerekes & Slater, 1994, p. 7)<sup>2</sup>.

- La *snuff movie* es una película que muestra el asesinato real de un ser humano; producida, perpetrada y distribuida únicamente con fines económicos (Von Stoetzel, 2008)<sup>3</sup>.

Definiciones que, ligadas a los planteos iniciales de la tesis, llevan a especificar:

En las diversas acepciones de la leyenda moderna del *snuff*, originariamente cinematográfica, han calado hondo los efectos producidos por la evolución de las técnicas y los dispositivos, y de los consumos espectatoriales asociados a ellos. Las nuevas capacidades de la imagen en su reproducción y su circulación habilitan nuevos caminos de alusión al mito. La televisión, las cámaras de video portátiles, las cámaras de vigilancia e Internet, entre otras invenciones, propiciaron como nunca antes la captación del horror accidental e imprevisto. Tomemos como ejemplos tempranos los asesinatos de John Fitzgerald Kennedy (JFK) y de Lee Harvey Oswald en 1963. Mientras que el film casero de Zapruder tardó doce años en llegar a la televisión estadounidense<sup>4</sup>, el vivo y directo suprimió toda distancia en el instante en que Oswald, presunto homicida de JFK, fue abatido por Jack Ruby<sup>5</sup> (Tonelli, 2018, p. 7).

En el presente nos hallamos ante un fenómeno propiciado por Internet: el de las muertes (por asesinato, suicidio o accidente) que se emiten (ya sea en directo o unos minutos después) a través de las redes sociales, siendo Facebook Live la que registra mayor cantidad emisiones. En ese marco, el propósito del artículo es analizar cuáles son los aspectos característicos de este objeto no-

1 Asimismo, se retoman algunos ensayos publicados en el marco de dicha investigación como: *Límites de la realidad, límites de la ficción. El caso de Efectos especiales* (Tonelli, 2015) y *Una imagen muda. El misterioso caso de Elisa Lam* (Tonelli, 2017).

2 Traducción: autor.

3 Traducción: autor.

4 *Zapruder Film* ([1963] 1995). Filmación de Abraham Zapruder que documenta el asesinato del presidente estadounidense John Fitzgerald Kennedy, el 22 de noviembre de 1963.

5 Oswald fue asesinado por Ruby un par de días después del asesinato de Kennedy.



vedoso, conectado al video amateur y al rol determinante de Internet en la evolución contemporánea del mito *snuff*.

A priori puede señalarse que dicho objetivo implica, en mayor o menor medida, una actualización de cuestiones vinculadas a la producción audiovisual sobre las cuales se ha trabajado, tomando como base un encuadre teórico que conecta diversas perspectivas disciplinares<sup>6</sup> y la focalización en dos ejes principales de análisis. En primer lugar, el *realismo* y la *impresión de realidad*, considerando el desarrollo evolutivo de los dispositivos de reproducción vinculados al cine, así como la configuración y la inserción social de aquellas imágenes que se han asumido y que se asumen como realistas en el contexto de la cultura audiovisual moderna. En segundo lugar, el debate y la controversia sobre la difusión, la circulación y el consumo de imágenes mediáticas de violencia y muerte, teniendo en cuenta su construcción y sus efectos.

En tal sentido, la idea es abordar algunos casos resonantes ligados al fenómeno y reflexionar en qué consistiría esa supuesta actualización en los mecanismos de mostración y mediatización de este tipo de imágenes.

## 2. LIVE STREAMING E IMÁGENES ABYECTAS

Inicialmente restringido a los clientes VIP, el *streaming* de video en vivo comenzó a estar disponible para todos los miembros de Facebook en enero de 2016, tan solo haciendo clic en un botón de la página principal. Luego de un conteo de tres segundos, el usuario puede empezar a filmar. Ese usuario, además, opta entre ser visto solo por sus amigos o por cualquier otro usuario. Las grabaciones pueden durar hasta cuatro horas. Hay una opción para reportar contenido inapropiado.

Facebook Live no es el único espacio de *live streaming* involucrado en hechos trágicos. Acaso uno de los más recordados haya tenido lugar en una plataforma similar, la de Instagram. El 21 de julio de 2017, en una ruta de California, la joven de 18 años Obdulia Sánchez se transmitió en vivo al estrellar su auto contra una cerca de alambres. Jacqueline, su hermana de 14 años, quedó tendida en el pasto. Obdulia salió ilesa y continuó filmando con su celular. El video consiste en primeros planos –bruscos, temblorosos– del cadáver ensangrentado y de la protagonista hablando nerviosamente a cámara: “Jacqueline, por favor, despierta. Maté a mi hermana... sé que voy a la cárcel de por vida. Amo a mi hermana... esto es lo último que pensé que nos iba a pasar. Maté a mi hermana, pero no me importa. Maté a mi hermana. Sé que voy a ir a la cárcel, pero no me importa. Lo siento, bebé<sup>7</sup>”.

<sup>6</sup> La propuesta integral de la tesis y los ensayos antes mencionados reconoció, tácitamente, tres corrientes de influencia provenientes de la semiótica: los escritos de Verón (1987; 2004), que adscriben a la concepción ternaria peirceana, el estudio de Steimberg (1993) sobre los géneros y los estilos (especialmente la distinción entre rasgos retóricos, temáticos y enunciativos), y las investigaciones de Traversa (2001) sobre la noción de dispositivo.

<sup>7</sup> En línea. Recuperado de: <http://www.dailymail.co.uk/video/news/video-1506787/Driver-kills-sister-car-crash-live-streaming.html>

Imagen 1. Toma estática del video filmado por Obdulia Sánchez (21 de julio de 2017)



## 2.1 Algunos casos

Gran parte de los eventos y su mediatización a través de las redes tuvieron lugar y provienen de Estados Unidos<sup>8</sup>. A continuación, se describen algunos de los más impactantes:

- El 16 de junio de 2016, en Chicago, el pandillero Antonio Perkins, de 28 años, fue abatido a disparos en plena calle. Entre gritos y movimientos de cámara frenéticos, lo último que se advierte en el video es el pasto ensangrentado y la huida del auto del asesino.

- El 6 de julio de 2016, en St. Anthony, Minnesota, Philando Castile (33 años) se encontraba en su auto y fue fatalmente tiroteado por un policía. Segundos después de los disparos, su novia, sentada en el asiento del conductor, comenzó a transmitir todo por Facebook, incluyendo una discusión con el oficial, mientras Castile yacía a su lado cubierto de sangre. La grabación dio la vuelta al mundo, exponiendo la enorme tensión racial que atravesó ese año la escena pública de los Estados Unidos.

- El 11 de octubre de 2016, en Turquía, Erdogan Ceren (22 años) se transmitió mirando a cámara y diciendo: “Nadie me creyó cuando dije que me iba a matar. Así que miren esto”. Acto seguido se disparó en el pecho. Segundos antes, en la sección de comentarios habilitada para la audiencia del video, muchos le habían pedido desesperadamente que no lo hiciera.

- El 30 de diciembre de 2016, en Cedartown, Georgia, Katelyn Nicole Davis, de apenas 12 años, se colgó de un árbol luego de contar que su padrastro la había abusado sexualmente.

<sup>8</sup> En línea. Recuperado de: <https://www.thesun.co.uk/news/3426352/facebook-live-clips-murder-suicide-shootings-report/>

- El 25 de enero de 2017, en Miami, Nakia Venant (14 años) se colgó en el baño de su casa al finalizar una comunicación *streaming* de dos horas. Ocurrió tres semanas después del suicidio de Katelyn Davis.

- El 23 de abril de 2017, en Winnipeg, Canadá, Serena McKay (19 años) fue encontrada muerta. Poco antes, el video de una joven siendo salvajemente golpeada y torturada había circulado en Facebook Live durante cuatro horas. Se cree que la víctima del video era Serena.

- El 25 de abril de 2017, en Phuket, Tailandia, Wuttisan Wongtalay (20 años), acusó a su mujer de infidelidad antes de colgar al bebé de 11 meses de la pareja. El video permaneció disponible en Facebook casi un día entero.

- El 27 de abril de 2017, en Alabama, James M. Jeffrey (49 años) estaba transmitiendo cuando súbitamente sacó un revólver y se disparó en la cabeza.

- El 15 de mayo de 2017, en la entrada de un bar en Memphis, Tennessee, Jared McLemore (33 años) se desnudó, se echó combustible encima y se prendió fuego.

- El 26 de febrero de 2018, en Wingate, Carolina del Norte, Prentis Robinson (55 años) fue asesinado a tiros mientras se filmaba en vivo caminando por un parque. Al ver que otro hombre se acercaba, Robinson le apuntó con su cámara. La mirada subjetiva permite observar la llegada del homicida y luego, desde el suelo, su huida.

**Imagen 2.** Toma estática del video filmado por Philando Castile (6 de julio de 2016)



Estos son algunos de los incidentes registrados en Facebook Live. Si pretendiéramos hallar puntos de contacto con la producción *snuff*, hay un caso que sobresale y que analizaremos más adelante.

### 3. EXTREMISMO ISLÁMICO Y *CAGHT ON TAPE*

La existencia del *snuff* en la red no ha sido probada, aunque los rumores siempre abundan, especialmente cuando se habla del lado oscuro de Internet, la *Deep Web*<sup>9</sup>. Ahora bien, si se prescinde de la supuesta existencia de un mercado negro de películas *snuff*, ya no sería necesario recurrir a la *Internet profunda* para acceder a ese tipo de contenido e imágenes. Mark Astley (2016) lo plantea claramente en su ensayo *Snuff 2.0: Real Death Goes HD Ready*:

Desde el secuestro y el asesinato filmado del reportero de *Wall Street Journal* Daniel Pearl [a manos de un grupo yihadista] en febrero de 2002, el mito urbano del “video snuff”, donde la muerte de un ser humano es perpetrada principalmente para beneficio del ojo no parpadeante de la cámara, ha sido transformado en una realidad fácilmente accesible y cotidiana. A la luz de las interpretaciones histórica y culturalmente variadas del término, lo que definimos aquí como *snuff* es simplemente una muerte humana premeditada que no existiría sin la intención de apuntar la cámara y capturar el evento por una variedad de propósitos (sexuales, políticos, financieros). La diseminación de videos de ejecuciones, como la propaganda radical islámica y el entretenimiento macabro al comienzo del milenio, estableció un patrón de transmisión que permanece hasta el presente (p. 153)<sup>10</sup>.

El texto de Astley ilustra un escenario audiovisual propicio para el *snuff*, porque “las nuevas tecnologías han afectado radicalmente cómo las representaciones transgresoras del cuerpo en los *death media*<sup>11</sup> son producidas, distribuidas y consumidas” (2016, p. 154). Podría decirse, según el autor, que el *snuff* ahora se volvió *mainstream*, con videos que muestran la decapitación de sujetos involucrados en el mundo de los cárteles mexicanos y que se hacen virales en Facebook. El fenómeno “alerta a los guardianes morales entre las fuentes de los medios tradicionales de Occidente frente a una nueva tensión, habilitada por una imaginiería de asesinatos y mutilaciones libremente disponible” (ob. cit., p. 157).

Internet, entonces, marcó un paso radical en la evolución del *snuff*, extendiendo su sombra más lejos de lo concebible en épocas del VHS y del DVD. Tal desarrollo se asocia con el pasaje del dominio analógico al dominio digital; de la mítica cinta 8 mm al mucho más maleable formato mpeg. La idea ficcional de *snuff* (como una actividad cerrada, oculta y clandestina) parece haber cedido su lugar a una realidad de distribución abierta y acceso fácil, a un par de clics de distancia.

9 Los términos *Internet profunda*, *Internet invisible* o *Internet oculta* se utilizan frecuentemente para aludir al contenido de Internet que, por distintos motivos, no aparece en los motores de búsqueda convencionales de búsqueda (Google, Yahoo, entre otros).

10 Todas las citas traducidas del trabajo de Astley son del autor.

11 El término *death media* designa, en aspectos generales, la presencia de muertes violentas en los medios, tanto masivos como nuevos.

Astley señala además algo interesante de tener en cuenta con respecto a los videos de ejecuciones por parte de terroristas islámicos. De allí que nos detengamos en su cita textual:

Los videos tempranos de ejecuciones de rehenes occidentales, como las de Nick Berg y Ken Bigley, se caracterizaban por una por una estética granulosa, caótica, impregnada de los rasgos con que el cine de ficción representó el *snuff*. En contraste, la mayoría de las atrocidades recientes del ISIS (Estado Islámico) son pulidas, profesionales y técnicamente logradas. La difusión por parte del ISIS del video de la ejecución del periodista americano secuestrado James Foley (la cual no mostró la decapitación en sí, sino más bien su macabro preámbulo y el cuerpo mutilado), a mediados de agosto de 2014, contempló la emergencia del *Snuff 2.0*, con el ISIS produciendo y distribuyendo una secuencia visualmente estilizada de representaciones de horror corporal y muerte que trajo consigo un nuevo profesionalismo en el uso del cuerpo atormentado y arruinado como propaganda. Si la iconografía de los videos del ISIS coincide con la de sus antecesores de Al Qaeda, con cautivos en trajes anaranjados y verdugos luciendo indumentaria negra o militar, las limitaciones técnicas y la desorganización que marcaron el surgimiento del *snuff* han sido reemplazadas por un nuevo producto mediático ingeniosamente coreografiado y hábilmente editado. (...) El cambio ocurrió no solo a través de los valores de producción, sino también respecto de la percepción de la audiencia pensada tanto para Oriente como para Occidente, con los videos funcionando en el doble rol de estrategia reclutadora y propaganda terrorista. (...) El estatus del cuerpo mediático, en una era en la que la tecnología digital permite la construcción de simulaciones altamente convincentes y donde las guerras son libradas en los medios tanto como en el campo de batalla, es implacablemente desafiado, y hay una tensión subyacente entre (y un deseo por) la cultura posmoderna simulada y la real, en ella encontramos una radical contingencia de sentido (2016, pp. 153-156).

**Imagen 3.** Toma estática de las ejecuciones del ISIS. Víctimas: Nick Berg (izquierda) y James Foley (derecha)



Los ajusticiamientos islámicos suponen un capítulo importante de lo que se define como Snuff 2.0. Sin embargo, teniendo en cuenta la reciente “profesionalización” y los “logros técnicos” mencionados por Astley (2016), dichos contenidos no se corresponderían en términos representacionales con aquello que hemos presenciado en redes sociales. Y es en este punto donde podríamos recurrir a la idea de *Caught on Tape* (Tonelli, 2017). Tal denominación refiere

a una modalidad estilística frecuente en la Reality TV de los años ochenta; más concretamente, a un tipo de realismo crudo, desprolijo, sin procesar, asociado a los videos caseros de aficionados. Amy West (2005) lo describió con precisión en su ensayo *Caught on Tape: A Legacy of Low-Tech Reality*:

Los deterioros en audio y placer visual que este modo de grabación puede conllevar [imagen texturada, fuera de foco, etc.] son compensados por un sentimiento de lo real más intenso –un precio que las audiencias están dispuestas a pagar (2005, p. 86)<sup>12</sup>.

Y añade que el objeto de captura del Caught on Tape es un momento de crisis:

Un desastre natural, un acto criminal, una perversión privada, una hilarante torpeza física. Dado que el incidente es imprevisible, las circunstancias de captura pueden ser caracterizadas como inadvertidas, significando que el momento registrado surge de una coincidencia crítica entre la cámara rodando y el incidente espontáneo o aberrante (2005, p. 83).

Un león que ataca a su cuidador, un avión de acrobacias que explota sobre una multitud y un tiroteo entre pandillas son acontecimientos cuya captación resulta azarosa y no premeditada. Pero esta aserción de autenticidad del contenido, según la autora, no es suficiente:

Sin una promesa correlativa de un medio veraz, esta realidad putativa es tan sospechosa como la de cualquier evento representado. De allí que la bandera del amateurismo sea exhibida tan alto en el terreno de la televisión *caught-on-tape*. El no profesionalismo auto-evidente del material mostrado bajo la etiqueta del *caught-on-tape* certifica que el hecho representado no está preparado, pues tanto la tecnología utilizada como el operador que la controla carecen de la sofisticación para falsear. Por ende, la producción de imágenes amateur es percibida como transparente (2005, p. 85).

Dos categorías conforman el Caught on Tape: cámara móvil (usualmente portátil) y cámara fija (de vigilancia). En la primera,

la cámara en mano encarna el punto de vista humano, resonando con las reacciones psicológicas del operador. (...) Se “siente real” ya que “satisface un poderoso deseo de una sensación de contacto con lo real” al “inscribir” este contacto psicológico en el texto grabado. Este es un tipo de real aumentado por la evidencia del error humano –los resbalones y tropezones de una cámara que corre, baila, ríe, llora– que atestigua la producción y la autenticidad amateurs (2005, p. 85)<sup>13</sup>.

12 Traducción: autor.

13 Las citas de West aluden a un artículo de Fetveit (2002).

Un rasgo importante en este sentido es el impulso de aprehender el hecho extraño, único e inmediato. Seguir filmando hasta el final, incluso si la situación se pone peligrosa para uno mismo. Este tipo de documento audiovisual expresará, por lo tanto, el estado físico y emocional del operador. West (2005) alude en dicho sentido a “una interconexión entre el cuerpo humano y el dispositivo de filmación. (...) Las respuestas físicas y verbales de quien maneja la cámara –manifestando asombro, excitación, miedo, placer– pueden ser rastreadas en la representación de los acontecimientos registrados” (p. 87), otorgando de este modo una estética específica para un real vívido, instintivo, subjetivo, visceral.

Originados –de alguna manera, y según cuenta la leyenda– por el reclamo de varias estaciones de cable a partir de una huelga de guionistas en Hollywood, los contenidos Caught on Tape de los años 80 y 90 incitaban a las audiencias a invertir en una inocente cámara que, al carecer del arte de aparentar, siempre diría la verdad. Pero esta modalidad estilística, en buena medida, comenzó a agotarse hacia el comienzo del siglo veintiuno:

Mucha de la programación de este período guarda poca similitud con la locura episódica, no narrativa y rústicamente editada de *When Good Pets Go Bad* y otros títulos clásicos. La elaborada factura de la casa de Gran Hermano, situada en el estudio de grabación; la alegre curva narrativa de los shows sobre restauración de propiedades; los procesos de selección auto-reflexivos de *Popstars* y otros programas de búsqueda de talentos o los intrincados decorados de formatos históricos como *1900 House*, son ahora típicos del género *reality*. Bautizados como programación *reality* de “segunda generación”, todos estos shows presentan narrativas de personajes que sostienen relaciones interpersonales a lo largo de una temporada entera, opuestamente a lo que sucedía en los viejos videoclips de shock. En términos de estética, los estándares del *broadcast* son la norma; la instalación multi-cámara permite una edición fluida. La posproducción añade títulos, *voice-over* y enlaces que introducen esta representación de experiencias reales (West, 2005, p. 88).

No nos importa mucho el carácter imprevisto del acontecimiento documentado, sino la dimensión amateur del Caught On Tape; la premisa de que “cualquiera puede hacerlo”. Su consigna de realización sería –con mayor o menor grado de parcialidad– la del *do it yourself*. Dicho imperativo parece reclamar a su vez una determinada ligazón entre lo público y lo privado. Rasgo esencial, acaso, de la *telerrealidad* (una telerrealidad que, como los videos del ISIS, se profesionalizó).

Los dos objetos explorados en esta sección asumieron el trayecto inverso al de una estética propiamente *snuff*: tanto las ejecuciones filmadas de extremistas islámicos como la Reality TV –terreno del Caught On Tape– han avanzado hacia imagerías cuya apariencia estilística espectacular realza su elaboración profesional. En consecuencia, queda abierto el interrogante acerca de un Snuff 2.0 que es diferente y que existe, así como de sus recursos y posibilidades de manifestación.

#### 4. SITUACIÓN ACTUAL

Manteniendo una definición amplia de *snuff*, los dos videos más recordados en la web son *Three Guys*, *One Hammer* (2007) y *1 Lunatic*, *1 Ice Pick* (2012).

El segundo es un registro de once minutos de duración. Mientras la canción “True Faith”, de New Order, suena de fondo, un hombre desnudo atado a una cama es apuñalado y desmembrado, y algunas partes de su cuerpo son utilizadas para alimentar a un perro. El asesino es Luca Magnotta, un actor porno de 36 años, y la víctima es Lin Jun (34 años), su novio. La grabación apareció por primera vez en el sitio *Bestgore* y aún circula por Internet.

Por su parte, *Three Guys*, *One Hammer* dura siete minutos y muestra uno de los hechos protagonizados por los jóvenes Viktor Sayenko e Igor Suprunyuck, de 19 años, dos asesinos seriales ucranianos que serían conocidos, posteriormente, como “Los maníacos de Dnepropetrovsk”. El video muestra cómo apuñalan en un ojo y en el abdomen a un hombre llamado Sergei Yatzenko (48 años), a quien luego rematan a martillazos. Cuando el dúo (que contaba con otro joven cómplice, Alexander Hanzha) fue capturado y llevado a juicio, su defensa argumentó que la evidencia –videos y fotografías obtenidos de los teléfonos celulares y de las computadoras de los asesinos– había sido alterada digitalmente, por lo tanto era falsa. La estrategia no funcionó y la corte decidió que el material era genuino<sup>14</sup>. Este dato, de todas maneras, nos resulta útil para avanzar en la indagación aquí planteada.

Suele pesar sobre la imagen digital (o bien digitalizada) una sospecha vinculada a su carácter potencialmente sintético; el cual facilitaría, mediante sus provisiones técnicas, todo tipo de manipulación del hecho registrado. La impresión de realidad, en consecuencia, se vería debilitada por esa imagen sin huella. Raymond Bellour (1990) lo señaló hace muchos años:

La imagen de síntesis desmultiplica más allá de toda medida la potencia de la analogía, mientras la absorbe y la hace desaparecer, arrancando la imagen al registro y al tiempo. Ella está tanto para ‘representar’ que reduce a cero toda representación (pp. 10-11).

Así, la analogía total y lo no análogo absoluto conviven –potencialmente– en la era digital. Philippe Dubois (2000) también abordó esta problemática y destacó aspectos de suma relevancia:

Cuanto más se extiende el poder de analogía de un sistema de imágenes más se manifiestan tendencias o efectos (¿los llamaríamos secundarios?) de desanalogización (de desfiguración) de la representación. (...) La cuestión mímica de la imagen no está sobredeterminada por el dispositivo tecnológico

14 En línea. Recuperado de: [https://en.wikipedia.org/wiki/Dnepropetrovsk\\_maniacs](https://en.wikipedia.org/wiki/Dnepropetrovsk_maniacs)



en sí mismo. Se trata de un problema de orden estético y todo dispositivo tecnológico puede, mediante sus propios medios, formalizar la dialéctica entre semejanza y diferencia, entre analogía y desfiguración, entre forma y no forma. Es este juego diferencial y modulable lo que constituye la condición de la verdadera invención en materia de imagen: la invención esencial es siempre estética, nunca técnica (p. 67).

De lo dicho pueden extraerse dos conclusiones. En primer lugar, todo *realismo* implica una determinada estética, una construcción discursiva; todo realismo es estilo. En segundo lugar, ninguna técnica visual –incluyendo las que posibilitan un funcionamiento icónico/indicial, como en los casos típicos del cine y la fotografía– se halla exenta de la tensión entre analogía y no analogía.

El mito urbano de las películas *snuff* surgió en estrecha alianza con la creencia en una imagen, la propia del dispositivo cinematográfico originario, pero luego fue más allá. Tal afirmación se vuelve necesaria –incluso obligatoria– en el momento de buscar los exponentes de un *snuff* contemporáneo. Junto a los ejemplos aislados de *Three Guys*, *One Hammer* y *1 Lunatic*, *1 Ice Pick*, encontramos un video de Facebook que reviste enorme interés, tal como se describe.

Todo ocurre en menos de un minuto. La cámara es un celular. Su dueño se baja del auto sin dejar de grabar. Los movimientos bruscos enfocan el interior del vehículo, el paisaje soleado, el asfalto de la calle. El encuadre se estabiliza mientras la cámara se acerca a un anciano que camina con una bolsa en la mano. No hay exactamente una mirada subjetiva, aunque el efecto se aproxima bastante. Luego el anciano es tomado por la cámara en un plano medio. Quien lo está filmando le pide que diga el nombre de una mujer, Joy Lane. Y agrega: “Ella es la razón por la que estoy a punto de hacerte esto”. Inmediatamente el hombre comienza a gritar, levantando su brazo derecho y cubriéndose con la bolsa. En menos de un segundo, la mano derecha del improvisado *cameraman* irrumpe en el campo empuñando un revolver: la perspectiva se asemeja a la de un videojuego de disparos en primera persona. El tiro suena con un ruido seco; el encuadre vuelve a desestabilizarse y da veloz un giro de 360 grados para volver a centrarse en la víctima, que yace en el suelo sobre un reguero de sangre. El balazo parece haber impactado en su rostro. El asesino avanza unos pasos y lo capta de cerca; después se aleja. Observamos su sombra en el pavimento mientras camina de regreso al auto. Tras otra serie de movimientos agitados, el video termina como empezó, mostrando el interior del vehículo en marcha.

Imagen 4. Toma estática del video filmado por Steve Stephens (16 de abril de 2017)



Si bien la cara del responsable no aparece en el video, Steve Stephens, de 37 años, fue, durante cuarenta y ocho horas, uno de los hombres más buscados de Estados Unidos. Minutos antes de matar a Robert Godwin (74 años), el 16 de abril de 2017 en Cleveland, Ohio, había subido otro video a Facebook en el que manifestaba su intención de cometer un asesinato al azar. Minutos después de hacerlo, volvió a grabarse, esta vez en directo, confesando el crimen y atribuyéndose trece más (los cuales nunca pudieron confirmarse). Stephens achacaba su comportamiento homicida a una ruptura amorosa. Perseguido y acorralado por la policía, terminó suicidándose en una zona rural de Pennsylvania.

El video del asesinato de Godwin permaneció accesible al público en el muro de Facebook de Stephens por más de dos horas, antes de ser removido. Esta demora generó un sinnúmero de críticas a la red social. El 18 de abril, el CEO de la empresa Mark Zuckerberg dio una conferencia en la que señaló que queda mucho trabajo por delante para prevenir tragedias como la mencionada. Días más tarde, el 3 de mayo, el vicepresidente Justin Osofsky anunció que se adoptarían nuevas medidas de precaución: “Como resultado de esta terrible serie de acontecimientos estamos revisando el flujo de nuestros informes para estar seguros lo más rápidamente posible de que los videos que reporta la gente no violan nuestras normas”<sup>15</sup>.

Se puede encontrar, algunos años antes, un antecedente claro de este caso. Sucedió el 26 de agosto de 2015 en el condado de Franklin, Virginia. El video, de 57 segundos de duración, comienza con movimientos agitados y erráticos, igual que el de Stephens. La escena muestra el punto de vista de quien está filmando; el lugar es una terraza. Luego aparecen tres personas. Dos de ellas, la periodista Alison Parker y el reportero gráfico Adam Ward, están de espaldas entrevistando a la tercera, Vicky Garner, una líder de la cámara de comercio

<sup>15</sup> En línea. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-39629324>

local. Ninguno parece percatarse de la presencia del recién llegado, ni siquiera cuando en la parte inferior del cuadro aparece una mano que apunta con un arma directamente a Parker, a menos de un metro de distancia. Luego, la mano armada desaparece del cuadro. El encuadre titubea y vuelve a las tres personas, que insólitamente siguen con la entrevista sin darse cuenta de nada. En el segundo 40, y con el plano ya algo alejado, la pistola irrumpe nuevamente en escena y comienzan los disparos. Parker, quien será la primera víctima, empieza a correr. Luego la imagen se corta y todo se torna negro, aunque los gritos y los disparos continúan. El asesino de Parker y Ward era Vester Lee Flanagan (41 años), un ex empleado de la cadena televisiva donde trabajaban las víctimas; había sido despedido por problemas de conducta. Después de subir el video a sus cuentas de Facebook y Twitter, Flanagan se mató de un tiro. Por entonces no existía Facebook Live. Actualmente, el video se halla en varias plataformas.

**Imagen 5.** Toma estática del video filmado por Vester Lee Flanagan (26 de agosto de 2015)



Las imágenes antes descritas y el impulso trágico de la muestra permiten aludir a la teoría de Vivian Sobchack (2004) sobre la circunscripción de un *espacio ético* para la representación de la muerte violenta en el cine documental. En tal sentido, el enfoque de Sobchack ha resultado de enorme utilidad y sirve para pensar este tipo de producción mediatizada de la muerte:

Quien filma (observador inmediato) es éticamente responsable por su respuesta visual, y está retenido en ella. Los signos cinematográficos del acto de mirar la muerte proveen los terrenos visibles en que el espectador (observador mediado) juzga no solo el comportamiento ético del realizador sino también su propia respuesta ética a la actividad visual en pantalla. Así, la responsabilidad por la figuración de la muerte mediante la visión inscrita del cine yace tanto en el realizador como en el espectador, y en el vínculo ético comprendido entre las visiones de cada uno; circunscripción que conlleva lidiar con la transgresión. Para Sobchack, tal codificación instaura en el texto del film lo que Roger Poole denomina, respecto de la fotografía, un “espacio ético”, es decir, el sitio visible que significa la relación subjetiva y moral del observador con lo observado (Tonelli, 2015, p. 87).

Algo que la propia Sobchack sintetiza:

En su visibilidad, esta actividad de representar la muerte constituye por ende una *conducta moral*: los medios y maneras convencionalmente acordados por los cuales un evento visualmente excesivo y esencialmente irrepresentable –un evento tabú– puede ser visto, contenido, apuntado y abierto a un escrutinio que está, en mayor o menor medida, culturalmente sancionado (2005, p. 245)<sup>16</sup>.

Los nuevos medios y sus prácticas sociales entrañan un desafío fenomenal para el espacio ético. El hiperdispositivo configurado por la web permite vulnerar, con cierta comodidad, el límite tradicional que, de manera más o menos explícita, establece lo que se puede y lo que no se puede hacer; lo que se puede y lo que no se puede mostrar.

La ficción cinematográfica ha tematizado este fenómeno mediante películas como *Demonlover* (2003) y *Rastro oculto* (*Untraceable*, 2007). En la primera, bajo la forma de un sitio web de torturas al que se puede acceder legal y fácilmente. La segunda, centrando la acción en un portal de asesinatos en directo diseñado para matar a mayor o menor velocidad, según la cantidad de público que lo visite. Es así que la crítica al consumo de imágenes abyectas se impone, sobre todo en el tremebundo horizonte que vaticina la película *Rastro oculto*, dirigida por Gregory Hoblit.

En relación con este debate, vale también mencionar el debilitamiento contemporáneo de la barrera cultural entre productores y espectadores, advertido hace más de una década por Henry Jenkins (2006):

En el futuro, los productores mediáticos deberán satisfacer las exigencias de participación de los consumidores, o correrán el riesgo de perder a los consumidores más activos y apasionados en favor de otros medios más tolerantes. Las corporaciones deben decidir si están, literalmente, dentro o fuera. ¿Se aislarán o se incorporarán a la mezcla? (p. 139).

Jenkins establece la diferencia entre dos respuestas características de las industrias mediáticas a estas nuevas formas de expresión. Por un lado, la actitud “prohibicionista” de las viejas empresas (estudios de cine, cadenas televisivas, industria discográfica); por el otro, la actitud de las nuevas empresas (Internet, videojuegos y otras), que contempla a los consumidores como “colaboradores” en la producción de contenidos.

Asimismo, en lo que refiere a la ligazón entre lo público y lo privado, previamente aludido como rasgo de la telerrealidad, se pone de manifiesto que dicha cuestión adquiere una relevancia distinta ante la emergencia de las redes sociales y los new media en general. Algo que en buena medida tiene que ver

<sup>16</sup> Traducción: autor.

con la cuestión de las características del espectador: un espectador devenido usuario. Kenneth Goldsmith (2015) lo describe del siguiente modo:

En Internet (...) la identidad abarca todo un espectro que va desde la autenticidad hasta la fabricación absoluta. Con mucho menos compromiso de lo que se requiere en la vida real, proyectamos varios personajes con tan solo unos golpes de tecla. Tiendo a mutar en diferentes direcciones cuando estoy online: en este chat, soy una mujer; en este blog, un conservador; en este foro, un golfista cuarentón. Y jamás se me acusa de no ser auténtico o real. Al contrario, se refieren a mí como “señora” o “conservador de mierda”. De hecho, he comenzado a desear que la persona online a quien me dirijo en tales conversaciones no sea en realidad “esa persona” (p. 130).

Las redes sociales de consumo a gran escala como Facebook, Instagram y Twitter no aseguran una excepción a dicho espectro. Más allá del uso de nombres y rostros reales, sigue habiendo fabricación y proyección de personajes. Y la ficción distópica otorga, nuevamente, herramientas para pensarlo.

Un ejemplo de ello es el episodio de la serie *Black Mirror* titulado “Nosedive” (2016), cuya historia transcurre en un mundo donde todos se califican entre sí por medio de una aplicación similar a una red social. En esa ficción dirigida por Joe Wright, el estatus social, la calificación de una persona como parte de un colectivo humano interrelacionado a través de soportes digitales, se mide conforme a la eficacia que tenga el personaje construido e interpretado para los demás. En “Nosedive”, la obsesión de la protagonista por mejorar su puntaje termina jugándole en contra y convirtiéndola en una paria. Es precisamente en ese instante, aislada y sin tener que preocuparse por valoraciones y clasificaciones que jerarquizan y ordenan las distinciones sociales, que ella logra sentirse verdaderamente libre.

Sin tratarse de una ficción audiovisual, y al igual que otros casos descritos, el video de Steve Stephens y sus repercusiones convulsionan el espacio ético en los medios. Si bien Facebook debió asumir su responsabilidad por no sacar el material de circulación con la premura necesaria, lo cierto es que ese material puede todavía encontrarse en la *Internet superficial* (está disponible, por ejemplo, en la plataforma de videos *Vimeo*, competidora de YouTube, y continúa siendo visto por millones de personas).

Pero eso no es todo: las redes sociales, inmersas en el reino de las apariencias, resultan súbitamente afectadas por una dimensión de lo real nunca vista. La posición convencional, con sus usos, roles, hábitos y funciones rutinarias de quienes habitan esos espacios virtuales, parece estar invadida por el fantasma del *snuff*, que supo ser evocado por las ficciones cinematográficas, pero no llegó a materializarse en los grandes medios masivos del siglo XX, y que hoy interpela de una manera diferente el funcionamiento de los nuevos medios. A través del empleo de las redes sociales, su uso con fines homicidas y extremos

como en el caso de Stephens, por decirlo de algún modo, lograron *trascender* la convencionalidad. Apodado “el asesino de Facebook”, el repentino paso de Stephens a la fama mundial daría cuenta de ello.

Si se tiene en cuenta la perspectiva apocalíptica de films como *Rastro oculto*, podríamos inferir que la realidad, finalmente, replica y confirma los presagios de las distopías mediáticas.

## 5. CONCLUSIONES

Las conclusiones del recorrido planteado son obviamente provisorias. Y si se retoman los ejes de análisis planteados al principio del artículo, puede establecerse que, en el marco del estilo realista de los videos de redes sociales abordados, el Caught On Tape con cámara móviles aquello que se impone. West ha dicho que en esa modalidad resuenan las reacciones corporales y emocionales del operador, y que por ello *se siente real*. El video de Stephens, sin duda, expresa su estado físico y psicológico. Lo mismo podría decirse del producido por Flanagan. Que el concepto de Caught On Tape se haya pensado inicialmente para el registro de hechos fortuitos e inesperados cuando estos eventos, por el contrario, son notoriamente intencionales, no invalida tal apreciación.

En épocas de telerrealidad, las emisoras se encargaban de seleccionar el material amateur enviado por sus televidentes. Ahora los aficionados no solo pueden provocar el acontecimiento, hacerlo ocurrir, también pueden darlo a conocer sin necesidad de atravesar una instancia de selección. Precisamente, el estilo realista mencionado da cuenta de una impronta cruda y sin pulir, vinculada en este caso a la digitalidad. Si para el lenguaje filmico la codificación documental se valía de artilugios como grietas, cambios de rollo o improvisados, no queda duda que las características de este tipo de mecanismos son otras.

En principio, la textura granulosa del cine cede su lugar a la pixelación del mundo digital. Los movimientos bruscos de cámara en mano siguen conformando un rasgo importante, aunque en el nuevo Caught On Tape esa cámara es la del teléfono celular, o bien una mini cámara portátil. El resultado es un impulso cuya conexión visible con las decisiones y las torpezas del cuerpo operador parece ser más directa e inmediata que antes (claro que aquí no se incluye el registro de la webcam, otra variable del video difundido en redes sociales).

Asimismo, estos videos de violencia y muerte encarnan una ruptura. Por un lado, con respecto a la apariencia espectacular de las ejecuciones más recientes del ISIS, aquellas que en el texto de Astley recibieron la denominación de Snuff 2.0. Los crímenes perpetrados, documentados y transmitidos por Stephens y otros *killers* similares a través de la web, constituyen un ejemplo claro de Snuff 2.0, si bien bajo una modalidad que en buena medida recupera la estética pobre, primitiva, descuidada y amateur de las imagerías tradicionales. Por otro lado, la discontinuidad apunta, como se pretendió documentar, a lo que las

redes sociales muestran. Las muertes rompen con las costumbres y actividades regulares que fundan ese espacio complejo, a medio camino entre lo público y lo privado. Rompen con la regla, aunque, vale aclararlo, quizás no sean estrictamente la excepción: poder hablar de un Snuff 2.0 en los nuevos medios, en las redes sociales, supone referirse a algo más que un caso único o una rareza.

Por último, el 15 de marzo de 2019 (mientras se escribían estas conclusiones) sucedió otro episodio de violencia y muerte transmitido a través de una red social. Un australiano llamado Brenton Tarrant, de 28 años, irrumpió en dos mezquitas en Christchurch, Nueva Zelanda, y mató a 49 personas. El asesino, quien seguramente será condenado a cadena perpetua, transmitió la masacre xenófoba por Facebook Live. La emisión duró 17 minutos. La apariencia del video, grabado desde una cámara adosada a la ametralladora de Tarrant, se asemeja a la de un videojuego en primera persona del estilo *Call Of Duty*, *Battlefield* o *Counter Strike* (otro rasgo visual del Snuff 2.0 que debemos añadir a los ya descritos).

Tras el aviso de la policía neozelandesa, Facebook, YouTube y Twitter emprendieron la tarea de borrar todo rastro del video, cuyos fragmentos no dejaban de aparecer. Dichas compañías cuentan con equipos de más de veinte mil moderadores que analizan contenidos las 24 horas del día, intentando rastrear y reportar aquellos más impactantes y violentos, así como sus correspondientes comentarios alentadores. Pero estos controles y revisiones impuestos por las redes sociales, como se ha visto, no son suficientes<sup>17</sup>.

Como se puede apreciar, se atraviesa un momento tumultuoso que tiene a las redes sociales y al llamado espacio ético en el centro de las discusiones. En tal sentido, y al margen de las implicancias que vinculan todos estos hechos trágicos con las problemáticas del mundo actual (en el que se inscribe el resurgimiento de los movimientos de extrema derecha), el ¿mito? *snuff* sigue escribiendo su heterogénea historia. Una historia cuyo capítulo contemporáneo aún está lejos de resolverse.

## REFERENCIAS

- Astley, M. (2016). Snuff 2.0: Real Death Goes HD Ready. En Jackson, N.; Kimber, S.; Walker, J. & Watson, T. (eds.), *Snuff: Real Death and Screen Media* (pp. 153-170). Nueva York: Bloomsbury.
- Bellour, R. (2008). La Doble Hélice. En La Ferla, J. (ed.), *Artes y Medios Audiovisuales: Un estado de situación II. Las Prácticas Mediáticas Predigitales y Postanalógicas* (pp. 215-237). Buenos Aires: Aurelia Rivera-Nueva Librería.

<sup>17</sup> En línea. Recuperado de: [https://www.washingtonpost.com/technology/2019/03/18/inside-youtubes-struggles-shut-down-video-new-zealand-shooting-humans-who-outsmarted-its-systems/?utm\\_term=.a62935b29885&tid=sm\\_tw](https://www.washingtonpost.com/technology/2019/03/18/inside-youtubes-struggles-shut-down-video-new-zealand-shooting-humans-who-outsmarted-its-systems/?utm_term=.a62935b29885&tid=sm_tw)

- Dubois, P. (2000). Máquinas de imágenes: Una cuestión de línea general. En *Video, Cine, Godard* (pp. 9-30). Buenos Aires, Argentina: Libros del Rojas.
- Dubois, P. (2000). Video y teoría de las imágenes: Para una estética de la imagen video. En *Video, Cine, Godard* (pp. 31-50). Buenos Aires: Libros del Rojas.
- Dwoskin, E. & Timberg, C. (March 18, 2019). Inside YouTube's struggles to shut down video of the New Zealand shooting — and the humans who outsmarted its systems. *The Washington Post*. Recuperado de: [https://www.washingtonpost.com/technology/2019/03/18/inside-youtubes-struggles-shut-down-video-new-zealand-shooting-humans-who-outsmarted-its-systems/?utm\\_term=.240d5562eee9](https://www.washingtonpost.com/technology/2019/03/18/inside-youtubes-struggles-shut-down-video-new-zealand-shooting-humans-who-outsmarted-its-systems/?utm_term=.240d5562eee9). Consultado: 20/03/2019.
- Fetveit, A. (2002). Reality TV in the Digital Era: A Paradox in Visual Culture? En J. Freidman (ed.), *Reality Squared: Televisual Discourse on the Real*. Nueva Jersey y Londres: Rutgers University Press.
- Graham, R. & Parry, H. (August 18, 2017). California girl, 18, who live-streamed 'drunken' crash that killed her younger sister, 14, on Instagram breaks down in tears in court as she's denied lower a bail. *Daily Mail*. Recuperado de: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-4740490/No-bail-reduction-California-crash-recorded-Instagram.html>. Consultado: 24/11/18.
- Goldsmith, K. (2015). Hacia una poética del hiperrealismo. En *Escritura no-creativa. Gestionando el lenguaje en la era digital* (pp. 129-163). Buenos Aires: Caja Negra.
- Harper, P. y Mullin, G. (February 28, 2019). Death On Camera: How Facebook Live murder and suicide videos are spreading online and what you should do if you spot inappropriate content?. *The Sun*. Recuperado de: <https://www.thesun.co.uk/news/3426352/facebook-live-clips-murder-suicide-shootings-report/>. Consultado: 5/03/2019.
- Kerekes, D. & Slater, D. (1995). *Killing for Culture: An Illustrated History of Death Film from Mondo to Snuff*. Londres: Creation Books.
- Smith, G. (2004). Final Cuts: The History of Snuff Films. En *Fringe Underground*. Recuperado de: <http://www.fringeunderground.com/snuff.html>.
- Sobchack, V. (2004). Inscribing Ethical Space: Ten Propositions on Death, Representation, and Documentary. En *Carnal Thoughts: Embodiment and Moving Image Culture* (pp. 226-258). Berkeley, Estados Unidos: University of California Press.
- Steimberg, O. (1998). *Semiótica de los medios masivos*. Buenos Aires: Atuel.
- Tonelli, J. (2015). Límites de la realidad, límites de la ficción. El caso de Efectos especiales. *Lexia. Revista di Semiotica*, 21, 83-96
- Tonelli, J. (2017). Una imagen muda. El misterioso caso de Elisa Lam. En Tassara, M. (coord.), *Cuadernos del Instituto. Investigación y Experimentación en Arte y Crítica* (pp. 88-96). Buenos Aires: Universidad Nacional de las Artes.



- Traversa, O. (2001). Aproximaciones a la noción de dispositivo. *Signo y Seña*, 12, 231-248. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/89499>
- Verón, E. (1987). *La semiosis social*. Buenos Aires: Gedisa.
- Verón, E. (2004). Cuando leer es hacer: la enunciación en el discurso de la prensa gráfica. En *Fragmentos de un tejido* (pp. 171-191). Barcelona: Gedisa.
- West, A. (2005). Caught on Tape: A Legacy of Low-Tech Reality. En King, G. (ed.), *The Spectacle of the Real* (pp. 83-92). Bristol: Intellect Books.

## MATERIAL AUDIOVISUAL

- Demonlover* (2002). Dirección: Olivier Assayas. Francia, Palm Pictures, 129 minutos.
- “Nosedive” (2016). *Black Mirror*, Temporada 3, Episodio 1. Dirección: Joe Wright. Reino Unido, House of Tomorrow, 63 minutos.
- Rastro oculto* (2007). Dirección: Gregory Hoblit. Estados Unidos, Sony Pictures, 101 minutos.
- Snuff: A Documentary About Killing On Camera* (2008). Dirección: Paul Von Stoetzel. Estados Unidos, Killing Joke Films, 76 minutos.
- Zapruder Film* ([1963] 1995). Dirección: Abraham Zapruder. Estados Unidos.

\*Contribución: 100% del trabajo pertenece al autor.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

### IDENTIFICACIÓN DEL AUTOR

**Julián Tonelli.** Magíster en Crítica y Difusión de las Artes (UNA), Argentina, y Licenciado en Crítica de Artes (UNA), Argentina. Docente en las asignaturas Semiótica y Teorías de la Comunicación y Semiótica General (UNA-Área Transdepartamental de Crítica de Artes). Docente en la *Especialización en Producción de Textos Críticos y Difusión Mediática de las Artes* (UNA). Docente de la asignatura Arte y Nuevos Medios, Facultad de Ingeniería Informática, Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina. Participó como articulista en el libro: *Animación. Encuentros de lenguajes, géneros, figuras*, coordinado por Mabel Tassara y Mónica Kirchheimer (Imago Mundi, 2018) y ha publicado artículos en distintas revistas académicas sobre temáticas relacionadas a los fenómenos mediáticos que vinculan el realismo audiovisual con las nuevas tecnologías. Se desempeña como editor en el sitio web de cine *A Sala Llena*. Beca de Maestría UNA 2013.

### REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

Tonelli, J. (enero-junio, 2019). Violencia y muerte en las redes sociales: hacia un Snuff 2.0. *InMediaciones de la Comunicación*, 14(1), 109-127



# Estrategias enunciativas del videojuego: cuatro figuras

## Enunciative strategies of the videogame: four figures

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1.2889>

### ► DIEGO MATÉ

diegomateyo@gmail.com – Instituto de Investigación y Experimentación en Artes y Crítica, Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina.

Fecha de recepción: 31 de marzo de 2019

Fecha de aceptación: 5 de mayo de 2019

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5791-0847>

### RESUMEN

A lo largo de casi cinco décadas de existencia, el videojuego desarrolló formas de interpelación textual que se estabilizaron y dieron lugar a la regularización de figuras enunciativas. En este trabajo se analizarán cuatro figuras de carácter macro: *usuario*, *jugador*, *espectador* y, la más reciente, *contemplador*. Cada una es la resultante de distintas operaciones y posibilita una escena comunicacional que puede variar entre la configuración de la partida que está por comenzar, la puesta en obra de destrezas dirigidas a superar un conjunto de metas, la interrupción de la interacción lúdica por un flujo audiovisual no participativo y, finalmente, el despliegue de un entorno que puede habitarse sin las restricciones de lo lúdico. Cada figura posee un emplazamiento textual específico y supone una propuesta de contacto singular. La producción del videojuego presenta modulaciones comunicacionales que por algún motivo fueron desatendidas por el

campo de los *games studies*. Desde una perspectiva sociosemiótica es necesario el estudio de esas estrategias enunciativas.

**PALABRAS CLAVE:** *videojuego, enunciación, sociosemiótica, arte, atención estética.*

### ABSTRACT

Throughout almost five decades of existence, the videogame developed forms of textual interpellation that stabilized and gave rise to the regularization of enunciative figures. In this work four figures will be analyzed: the user, the player, the spectator and, most recently, the contemplator. Each one is the result of different operations and makes possible a communicational scene that can vary between the configuration of the game that is about to begin (user); the putting into work of skills aimed at overcoming a set of goals (player); the interruption of playful interaction by a non-participatory audiovisual flow (spectator); and, finally, the unfolding of an environment that can be inhabited without ludic restrictions (contemplator). Each figure has a specific textual site and supposes a singular contact proposal. The production of the videogame presents communicational modulations that for some reason were neglected by the field of games studies: from a sociosemiotic perspective, it is necessary to face the study of these enunciative strategies.

**KEYWORDS:** *videogame, enunciation, sociosemiotics, art, aesthetic attention.*

## 1. INTRODUCCIÓN

Las textualidades lúdicas se emplazaron históricamente en todo tipo de soportes materiales, mayormente corporales y objetuales. Con el surgimiento y la rápida masificación del videojuego en la década del 70 del siglo pasado se afianzó una oferta mediática sin precedentes: por primera vez pantallas interactivas (Manovich, 2005) servían de soporte al despliegue de formas lúdicas. Primero con las grandes máquinas ubicadas en locales de acceso público y poco después con consolas que se conectaban a los televisores situados en la intimidad del hogar se volvió común jugar en pantallas cuyo fluir de colores, trazos y sonidos podía controlarse con un periférico. La historia del juego, con sus vaivenes y mesetas, cambió dramáticamente de ritmo: la difusión del videojuego supuso una modulación decisiva que reconfiguraría las prácticas lúdicas y el paisaje mediático en su conjunto.

En el presente, la industria del videojuego es, dentro de las industrias del entretenimiento, la que genera más beneficios. Un informe de Reuters<sup>1</sup> muestra que en mayo de 2018 incrementó 10% su volumen y alcanzó los 116 billones de dólares. Así se ubicó por encima de la industria televisiva (105 billones), el cine visto en salas (41 billones) y la música digital (17 billones). Además, un análisis de la Entertainment Software Association (2018) realizado en Estados Unidos arrojó que el 64% de los hogares posee al menos un dispositivo para jugar videojuegos, por lo que el 60% de la población utiliza videojuegos diariamente; a su vez, de esa población un 45% son mujeres. Parte de la vitalidad y la penetración de la industria se deben a fenómenos relativamente recientes, de poco más de una década de estabilización, como la explosión de los juegos *online*, la expansión de los juegos casuales y la profesionalización de los *e-sports* y su crecimiento como espectáculo. En paralelo, por fuera del mercado, se expanden los modos de apropiación que releen el videojuego a la luz de prácticas discursivas desviantes (como el *speedrunning*, que consiste en terminar un juego en la menor cantidad de tiempo posible). El videojuego hizo su ingreso en museos y en espacios de exhibición, por eso ha sido objeto de una polémica de gran escala respecto de si puede ser considerado artístico.

Hacer un inventario de la circulación y de los reconocimientos de un medio con casi la mitad de un siglo de vida sería imposible. Me interesa, en cambio, presentar algunas figuras enunciativas macro, de gran estabilidad, con las cuales el videojuego organizó estrategias de apelación desde sus inicios hasta el presente. Estas figuras son tres: *usuario*, *jugador* y *espectador*. Mencionaré además una cuarta figura: el *contemplador*. Que es de contornos poco definidos y que parece haber surgido recientemente como resultado

1 June 13, 2018. *Investing in the Soaring Popularity of Gaming*. Recuperado de: <https://www.reuters.com/article/idUSWAOA94RPPW851865>

de las transformaciones generadas por el *art game* y por un proceso todavía vigente que trajo aparejado un notorio debilitamiento de lo lúdico como funcionamiento semiótico.

Aquí se hace referencia a figuras en un sentido discursivo, es decir, a cómo los textos diseñan una escena de intercambio que emerge como resultado de la totalidad de sus operaciones retóricas y temáticas (Steimberg, 2013). No se aludirá al *target* de público construido por los estudios de desarrollo ni a los consumidores empíricos, sino que se hará hincapié en algunas figuras elaboradas enunciativamente a gran escala por el videojuego, más allá de particularidades epocales o de género y de estilo. Son figuras que atraviesan casi toda la historia del medio y que sintetizan propuestas de contacto específicas (aunque a veces en diálogo con pactos comunicativos elaborados por otros medios). Estas propuestas funcionan como roles que la enunciación elabora en diferentes momentos y a partir de distintos conjuntos de operaciones. Por lo tanto, las figuras, lejos de excluirse unas a otras, pueden compartir (de hecho, lo hacen con frecuencia) el espacio de un mismo texto. Dicho de otra forma: un mismo discurso puede dirigirse alternativamente a un *jugador*, a un *usuario* y a un *espectador*. Debido a la popularidad que gozaron y gozan estas figuras y a su presencia en una cantidad inabarcable de discursos, me detendré poco en casos particulares. En cambio, trataré de dar cuenta de aspectos extensibles a corpus numerosos inscriptos en clasificaciones como *género*, *estilo* y *tendencias recientes*. Al igual que el abordaje conceptual, la metodología se vale de la sociosemiótica (Verón, 1987), que se propone reconstruir las trayectorias del sentido a partir del análisis intertextual. El trabajo está orientado hacia el polo de la producción; es decir, se ocupa de describir cómo se conforma cada figura y qué pacto comunicativo recorta cada una.

## 2. USUARIO

El *usuario* es una figura de carácter meta y prelúdico, construida en una instancia previa a la efectivización del juego. De funcionamiento paratextual (Genette, 2001), aparece en momentos típicamente de umbral, en el primer contacto discursivo. Antes de empezar el juego es común que los juegos desplieguen un menú con una serie variable de ítems: si la partida que está por comenzar tendrá uno o dos (o más) jugadores, cuál será el modo de juego elegido, si se empezará una partida nueva o se volverá a una guardada previamente, etc. Este momento prelúdico elabora un *usuario* que recorre esas opciones, evalúa, configura y decide, es decir, no juega, sino que modela la experiencia de juego que está por empezar.

El *usuario* no surge junto con el medio, sino que aparece un poco después: los juegos de las primeras consolas, como el Atari 2600, no habilitaban la configuración de la experiencia lúdica, sino que lanzaban al enunciatario a la

acción, lo construían desde un principio como *jugador*. En los 80, con mejoras técnicas y el asentamiento definitivo de un primer sistema de géneros, la figura del usuario se estabiliza; aunque el menú inicial todavía ofrecía pocas opciones y el medio estabilizaba definitivamente una instancia paratextual de carácter prelúdico.

Si bien las interfaces gráficas de usuarios del videojuego no cambian de igual manera en todos los casos, según Prell (2018) una trayectoria en los juegos de Sonic podría extenderse a otras series. A lo largo del tiempo, en la interfaz de la serie *Sonic* (1991), como en la de *Civilization* (1991-2019) o de *Uncharted* (2007-2017), se detectan transformaciones similares: en los primeros juegos se presentan solo unas pocas opciones de manera casi minimalista. Juegos después, las opciones se expanden y se modifica la presentación general, donde puede notarse la influencia de tendencias del diseño gráfico. Finalmente, la interfaz aparece integrada diegéticamente; es decir, se recorre un menú de opciones en un entorno tridimensional inmerso, plenamente en el universo ficcional del juego. Estos tres momentos muestran un robustecimiento de la figura de *usuario*, que el videojuego modela cada vez con una mayor cantidad de elementos audiovisuales y diegéticos.

La figura adquiere algunas particularidades dependiendo del dispositivo donde se observa. La noción de *dispositivo* utilizada sigue los lineamientos propuestos por Oscar Traversa (2014): el concepto da cuenta de un conjunto de restricciones que operan en el nivel de la gestión del contacto con la producción discursiva. A grandes rasgos, el videojuego desarrolló cuatro grandes dispositivos: el arcade, la consola, la computadora y la consola portátil. Las particularidades a las que me refiero tienen que ver con dos dispositivos: el arcade y la computadora. El arcade, también llamado *fichín*, designa tanto las grandes carcasas en las cuales se emplazaban pantalla y controles como los locales donde se ubicaban estas máquinas. El arcade basó su modelo de negocios en una oferta concreta: los juegos debían proporcionar un desafío accesible que permitiera contar con un público cautivo, pero también debía lograr que las partidas duraran lo menos posible para incrementar el flujo de fichas consumidas. Por lo tanto, los juegos de arcade no contemplaban la posibilidad de configurar la experiencia lúdica: el público debía ajustar sus expectativas a una oferta discursiva prefijada e invariable. La figura tuvo una vida relativamente estable en los dispositivos restantes, que se insertan en estrategias comerciales distintas donde el tiempo no supone una restricción para la obtención de beneficios económicos.

Dentro de esos dispositivos, es en la computadora donde el *usuario* adquiere rasgos distintivos. A medida que los juegos sofistican sus posibilidades lúdicas, se vuelve cada vez más recurrente un desfase entre los requerimientos tecnológicos del juego y las prestaciones de los equipos accesibles. Al extenderse en los 80 el uso de computadoras clones, armadas con piezas diversas a lo

largo del tiempo, el dispositivo se vuelve volátil y heterogéneo. Así, los juegos de computadora incorporan cada vez más opciones referidas a la configuración audiovisual que permiten, por ejemplo, calibrar el detalle visual y sonoro para reducir el consumo de recursos de un equipo antiguo o, al revés, maximizarlo para aprovechar las prestaciones de un aparato nuevo. El apartado de elementos visuales y sonoros configurables crece y complejiza hasta el paroxismo (la situación es diferente en relación con las consolas hogareñas, equipos producidos en serie por un mismo fabricante donde la compatibilidad entre juego y máquina está plenamente garantizada, por lo que no hay que realizar cambios de ese tipo).

Mientras que en los juegos de consolas el rol del *usuario* incluye la definición de aspectos específicamente lúdicos, en la computadora la figura es investida de un notorio saber técnico y de una capacidad de decisión mucho mayor: aquí el usuario configura ya no solo la partida, sino la experiencia audiovisual en su conjunto. Por lo tanto, el *usuario* no tiene las mismas vidas en todos los dispositivos: la figura está ausente en el arcade, se muestra estable y discreta en la consola, y posee una existencia robusta en la computadora. Se trata de matices que hacen a una misma figura discursiva caracterizada no por jugar, sino por manipular variables que definirán la experiencia de juego que está por comenzar.

### 3. JUGADOR

A diferencia del *usuario*, el *jugador* es una figura elaborada a partir de operaciones lúdicas. Previsiblemente, la figura es muy anterior a la invención del videojuego y puede rastrearse como la resultante del contrato discursivo en cualquier textualidad de tipo lúdico. Los *game studies*, ajenos a la noción de enunciación, no se dedicaron prácticamente a indagar en la cuestión, optando siempre por abordajes dirigidos a los jugadores empíricos. Son muy pocos los trabajos que se interrogan por las estrategias enunciativas del videojuego o que efectúan preguntas que, sin problematizar frontalmente lo enunciativo, pueden inscribirse en esa línea de estudios.

Tal vez un primer aporte se encuentre en *Cybertext*. Allí, Espen Aarseth (1997) acuña la noción de *ergodicidad*. El autor llama *ergódico* a todo texto que requiera, para su desenvolvimiento, de un operador que actúe modificando la superficie discursiva. Habría así un régimen textual ergódico, de gran proyección cultural, que incluiría productos sociales tan disímiles como el *I-Ching*, un videojuego o una aplicación de software, es decir, textos que deben ser actualizados por un operador. Aarseth contrapone este régimen a otro que denomina *interpretativo*, que englobaría aquellas textualidades que no requieren de una participación material para su funcionamiento, como una película, un libro o un cuadro.

El libro *El lenguaje videolúdico*, de Óliver Pérez Latorre (2012), propone analizar el videojuego desde la semiótica greimasiana y es uno de los pocos intentos de estudiar la enunciación en el medio. Para el autor, la dimensión enunciativa queda a cargo de dos figuras, la del enunciador/diseñador y del jugador/enunciario, cada una elaborada a partir de marcas relacionadas con el punto de vista, el relato (si es que lo hubiera) y formas de interpelación, entre muchas otras. Descontando este trabajo, la mayor parte de los desarrollos en los que puede hallarse una problematización de la dimensión enunciativa encara la cuestión de manera lateral y sin incorporar de manera explícita la teoría de la enunciación.

Uno de esos trabajos pertenece a Jesper Juul (2005). En *Half-Real*, el autor diseña un esquema que llama *modelo clásico de juego*. Tres de las seis proposiciones resultan especialmente útiles: el resultado de la partida es variable, hay estados más deseables que otros, y el jugador se compromete con el desarrollo de la partida esforzándose en pos de uno (o varios) resultados por sobre otros. Juul se refiere a un jugador empírico, pero lo que dice puede ser leído sin problemas en términos enunciativos.

Siguiendo esas tres proposiciones, la enunciación lúdica<sup>2</sup> podría caracterizarse por desplegar objetivos cuya superación establece tensiones de orden lúdico. Para superar las metas, el enunciatario, en tanto *jugador modelo*, es investido con conjuntos de atribuciones (acciones disponibles) cuyo empleo permite describir competencias, estrategias a través de las que esas atribuciones pueden/deben usarse (Maté, 2018). Una vez más, se hace referencia a rasgos discursivos: las competencias construidas por el texto nunca coinciden plenamente con las desplegadas por el jugador empírico (en muchos casos, las competencias de la figura y del operador pueden no coincidir en absoluto).

Este breve recorrido por algunos conceptos claves puede servir para proponer una primera aproximación al tema: el videojuego se inscribe en un régimen *ergódico*, es decir, que reclama, para su funcionamiento, la reconfiguración material de la superficie discursiva. Ciertamente, esta reconfiguración puede dar lugar a una cantidad inconmensurable de propuestas enunciativas: la del videojuego en particular se distingue porque elabora a su enunciatario en tanto *jugador*, y por el hecho de que esta elaboración surge como resultado de operaciones de tipo lúdico que incluyen el despliegue de objetivos cuya superación, mediante la puesta en obras de competencias, conduce a estados a los que se les atribuye diferentes valores (por ejemplo, victoria o derrota).

En general, los estudios que pueden servir a una problematización enunciativa del videojuego se centraron en torno a la cuestión del *avatar* (el personaje controlado) y perdieron de vista otros elementos. Jos de Mul (2005)

2 Se trata de un tipo de enunciación que puede localizarse sin problemas en otros lenguajes y soportes que no son el videojuego y que exhiben rasgos textuales semejantes.



aporta un raro ejemplo en el que el abordaje abarca todos los rasgos textuales, más allá del *avatar*:

In the third stage of the formation of the ludic identity, play, the player identifies with the space of possibilities disclosed by the game. The field of possible action is reflectively applied to the self. The infinity of possible outcomes, connected with the constitutive rules, is internalized (de Mul, 2005, p. 260)<sup>3</sup>.

El autor afirma que el jugador se identifica con las posibilidades lúdicas en su conjunto, no ancla ese proceso en el *avatar*. La frase recuerda mucho a una proposición de Christian Metz en *El significante imaginario* (2001 [1977]), cuando sostiene que el espectador de cine no se identifica solo con un personaje o con un punto de vista construido narrativamente, sino también con la totalidad de operaciones desplegadas en la pantalla, es decir, con la cámara. Si bien Metz y de Mul se refieren a procesos psíquicos, lo dicho por uno y por otro puede sustraerse del terreno psicológico y usarse para definir respectivamente la enunciación en cine y en videojuego.

Pero es importante destacar que el enunciatario no es modelado solo por operaciones lúdicas, sino que, al entender el videojuego como discurso (y no como una lengua), aquí vale lo propuesto por Metz cuando, en otro lugar, se refiere a la enunciación filmica (o de todo lenguaje) y sostiene que cualquier rasgo del texto es potencialmente un lugar de enunciación (1990). Entonces, si caracterizo la figura como *jugador* es para señalar la singularidad de un contrato discursivo elaborado a partir de operaciones lúdicas, pero esto de ningún modo implica que esa figura no sea modelada también por operaciones visuales, sonoras, espaciales, ligadas al punto de vista, a la narración (en el caso de que hubiera un relato), a la descripción, al uso de formas persuasivas (por ejemplo, en los juegos políticos), etc. Resumiendo: los rasgos lúdicos modelan a gran escala la escena enunciativa, pero lo hacen en conjunto con aspectos de otros tipos.

Esta aproximación constituye apenas una descripción muy general de un problema teórico más extenso. Lo que me interesa es presentar los principales rasgos de una figura dominante en el videojuego. Esta figura general, en tanto que resultante de la totalidad de operaciones movilizadas por el texto, adquiere contornos singulares en cada caso. Esto se nota enseguida en los distintos pactos comunicativos de los géneros del videojuego, algunos de una notable estabilidad, como sucede con los juegos de estrategia por turnos, por ejemplo, en la serie *Civilization*, donde el punto de vista distante y desanclado de la diégesis, el conjunto de variables interrelacionadas a examinar e interpretar y el contacto a través de organización visual semejante a la interfaz gráfica

3 "En la tercera etapa de la formación de la identidad lúdica, El jugador se identifica con el espacio de posibilidades divulgado por el juego. El campo de acción posible se aplica reflexivamente al yo. La infinidad de posibles resultados, conectados con las reglas constitutivas, se internaliza". (Traducción: Editor).

de usuario (propia de los sistemas operativos como *Windows*) modelan a un *jugador* gestor; un administrador que, para cumplir con las metas impuestas, debe evaluar grandes cantidades de información para manipular de manera eficaz los recursos escasos con los que se cuenta (Maté, 2018).

La escena del género de estrategia por turnos es muy distinta, por ejemplo, a la del género de aventura gráfica, que se caracteriza por inscribir *puzzles* diegética y narrativamente: estos juegos despliegan un relato con acertijos que bloquean el acceso a nuevas zonas de la diégesis e interrumpen la narración (Fernández-Vara, 2009). Aquí se debe, para superar los problemas lógicos que detienen su progreso, indagar en los hechos y en los espacios del relato, en los objetos que encuentra, hasta dar con la solución que permita reactivar la narración y continuar el trayecto. Es decir, que el *jugador* adquiere los rasgos de un investigador, casi de un detective, que lleva adelante largas pesquisas en el entorno hasta descifrar el enigma que le permita abrirse camino hacia nuevos desafíos lógicos. Puede verse cómo un cruce singular de operaciones dibuja un contrato enunciativo singular: lo lúdico se articula con lo narrativo, y un correcto desempeño en las tareas de desciframiento permite reanudar el contacto con el relato.

Como tercer ejemplo, se hace mención brevemente el caso de los juegos de puzzle (en tanto género; no se hace referencia a los puzzles inscriptos en la aventura gráfica, recién mencionados). La particularidad comunicativa del género reside en la ausencia total de marcadores caracterológicos: el enunciatorio es elaborado a partir de atribuciones relacionadas con la manipulación de piezas o elementos aislados; esas atribuciones no se anclan en ningún personaje o cuerpo emplazado diegéticamente. La escena es propia de juegos como *Tetris* (1984) o *Candy Crush* (2012), donde el universo ficcional no da cuenta de ningún relato ni protagonista (que pueda controlarse, al menos). Se trata de un tipo de enunciación particular cuya vida cultural se remonta a los juegos de mesa antiguos y a todas aquellas formas lúdicas carentes de personajes. El caso ayuda a despejar una vieja confusión que consiste en reducir lo enunciativo a lo relacionado con el protagonista, el punto de vista y la deixis lingüística. Así como, según Metz, todo lugar textual es sitio potencial de enunciación, en el videojuego lo enunciativo desborda el campo de acción del *avatar*, esto es, del personaje dirigido por el jugador.

En los *game studies*, el *avatar* y su integración en el relato fueron objeto de numerosos estudios que les atribuían una importancia decisiva en la construcción de sentido (Taylor, 2003; Klevjer, 2012)<sup>4</sup>. La atención dirigida hacia el *ava-*

<sup>4</sup> Steve Swink (2008), en su libro dedicado al diseño del *game feel*, es decir, de la experiencia sensorial que puede ofrecer el videojuego, trabaja exclusivamente con casos que incluyen al menos un *avatar*. Para el autor, solo la presencia de un *avatar* habilita una inmersión plena en el universo ficcional del juego. Swink aclara que su recorte no implica que los juegos sin *avatar* no ofrezcan ninguna forma de inmersión, pero su libro no se ocupa de esos casos. Como puede verse, la figura del *avatar* posee una importancia tal en los *game studies* que puede llegar a condensar la atención de un estudio dedicado a la dimensión sensorial del videojuego y, en un mismo movimiento, opacar toda la producción en la que no hay personajes.

tar supuso perder de vista fenómenos como el género de puzzle, que confirma que la enunciación no requiere de un protagonista ni de un relato; de lo que se desprende entonces que aquellos casos en los que sí hay *avatar* y relato no pueden analizarse atendiendo solamente a esas dos dimensiones. Recientemente, algunos trabajos intentaron avanzar en el estudio de los modos de construcción de subjetividad del videojuego más allá del recurso del *avatar*. Por ejemplo, Daniel Vella (2016) propone una tipología de cinco “posicionamientos” que los juegos adjudican a sus jugadores: un tipo, que el autor llama *trascendental*, describe la escena propia del género puzzle, donde no se dirige a un personaje, sino que se manipulan entidades no antropomórficas.

En todo caso, los *game studies* parecen incorporar como objeto, con el paso del tiempo, formas lúdicas desprovistas del recurso del *avatar*. El gesto, aunque tardío, resulta fundamental, ya que ni los modos de subjetivación ni las formas enunciativas del videojuego pueden analizarse sin tomar en cuenta las múltiples operaciones lúdicas y audiovisuales que desbordan el campo de acción del *avatar*. Después de todo, el *jugador*, en tanto figura enunciativa, tiene una extensísima vida cultural que antecede por milenios a la irrupción del videojuego en el paisaje de las textualidades lúdicas y su oferta de personajes a partir de la década del 70.

#### 4. ESPECTADOR

La siguiente figura, el *espectador*, se construye en tensión con la de *jugador*, ya que emerge en los momentos en los que se interrumpe la participación. El *espectador* suele estar asociado a una convención polémica, aunque de gran estabilidad, denominada con frecuencia *cinemática* o *cut-scene*. Se trata de secuencias donde el texto cancela la posibilidad de interacción y el *jugador*, transformado en *espectador*, asiste a un despliegue audiovisual que puede incluir (o no) la actualización de un relato. Estas secuencias reciben el nombre de *cinemáticas* debido a que tienden a imitar mayormente formas del cine como las subidas o escaladas en planos, el montaje, el uso de subtítulos o la utilización de convenciones como el plano-contraplano para representar intercambios dramáticos entre personajes<sup>5</sup>. Ya en las primeras cinemáticas había remisiones explícitas al cine, incluso cuando el potencial de imitación audiovisual del medio era todavía escaso: en *Miss Pacman* (1981) se intercalan entre los niveles breves escenas animadas que muestran como Pacman y Miss Pacman se conocen accidentalmente escapando de enemigos; se gustan y se persiguen mutuamente; y, finalmente, reciben a Junior, que es lanzado desde el aire por

<sup>5</sup> Habría que aclarar: recursos de un tipo de cine concreto, aquel que Burch (2011) llamó *Modelo de Representación Institucional*, y que Bordwell (1996) denominó *narración canónica*: un cine que cifra su propuesta en la claridad de la exposición y en el privilegio del relato por sobre otras dimensiones textuales, que se estabiliza en la década del 20 y que adquiere una posición dominante en muchas cinematografías después de la llegada del sonido, en la década del 40 y 50, pero que continúa con cambios hasta nuestros días.

una cigüeña. Cada escena inicia con una claqueta que indica el “acto” y el título (“They meet”, “Chase” y “Junior”). Aunque la tecnología imposibilitaba una réplica detallada de los recursos cinematográficos, las escenas mencionadas reenvían a la comedia *slapstick* de los primeros cortos de la era silente (Pacman y Miss Pacman burlan con elegancia a dos fantasmas que los persiguen como lo haría el *Charlot* de Chaplin u otro humorista de la época con un policía), por lo que la relación entre *cut-scenes* y cine opera casi desde los inicios del videojuego y más allá de la réplica audiovisual.

La cinemática cobró una relevancia inusitada a partir de los 90 con dos cambios tecnológicos: primero, la implementación del CD-ROM, que permitió incrementar el almacenamiento de datos y, por ende, habilitó la creación de videojuegos más grandes y costosos en términos de información digital. Esto facilitó la inclusión de fragmentos cada vez más largos de video renderizado (es decir, de *cut-scenes* grabadas). Segundo, la extensión de los motores gráficos en tres dimensiones contribuyó al diseño de cinemáticas que emplean el entorno tridimensional en vez del video renderizado, ahorrando así grandes cantidades de datos, volviendo más accesible y frecuente el recurso (Klevjer, 2014).

Si bien el cine es una referencia ineludible, por la vía de la cinemática el videojuego entabló diálogos con otros lenguajes y soportes. *XCOM 2* (2016) presenta la situación inicial (el planeta es colonizado por una raza alienígena que domina a los humanos mediante estrategias de marketing y de consumo) recreando las formas de un noticiero televisivo en el que se alternan velozmente los dichos de presentadores con imágenes de móviles y testimonios de entrevistados. *Max Payne* (2001) narra el camino a la perdición del protagonista, un detective envuelto en una trama *noir* de venganza y redención, alternando cinemáticas filmicas con otras que imitan la historieta: en las segundas, la pantalla adquiere la forma de una página con viñetas y globos de diálogo. Muchos juegos de la serie *Tiny Toon* (1991-2002) emplean *cut-scenes* que imitan rasgos del *cartoon* como el trazo negro remarcado, los colores vivos y contrastados y la hiperbolización de los personajes, tanto de sus rasgos caracterológicos como de sus acciones, traspolando operaciones propias de la animación dibujada al videojuego (Maté, 2017).

También hay casos en los que la cinemática condensa estrategias audiovisuales que reenvían a lenguajes múltiples. Por ejemplo, en *Saints Row: Gat Out of Hell* (2015), una buena parte de las *cut-scenes* muestra las páginas de un libro donde se narra con una candidez irónica la historia más bien grotesca del grupo protagónico. Esos momentos oscilan entre la réplica del acto de hojear un libro, por un lado, y la representación estabilizada en los largos animados de Disney, por el otro, que recurrían a la visualización de un libro para señalar la apertura y el cierre del relato. Nuevamente dentro del cine, pero fuera del cine clásico, *Stacking* (2011) cuenta las desgracias de una familia de muñecas rusas parodiando las soluciones formales del primer cine mudo, anterior a las

invenciones griffithianas: para cada escena se usa un plano único, la paleta es solamente ocre, los diálogos son comunicados con intertítulos que ocupan toda la pantalla y los fondos traslucen su carácter de decorado.

La cinemática desempeña varias funciones textuales. Además de la narrativa, ya mencionada, Klevjer (2002, 2014) enumera algunas otras, por ejemplo, su uso en tanto recompensa por una performance lúdica eficaz, cuando la secuencia animada es provista en tanto premio; como modulador rítmico, que permite balancear la velocidad y la tensión del *gameplay* con momentos de calma y recuperación; finalmente, como insumo para la evocación de universos diegéticos elaborados en otros emplazamientos mediáticos a través de la réplica de géneros: “cut-scenes are able to convey what I have referred to as the familiar voice of a genre” (Klevjer, 2014, p. 305)<sup>6</sup>.

Por algún motivo, la cinemática y sus modalidades no fueron objeto de estudios exhaustivos. Una explicación posible para esta vacancia es que, en los comienzos de los *game studies*, el campo atravesó por un momento formalista que propugnaba el análisis de aspectos específicos del videojuego y desechaba todo aquello que pudiera hallarse en otros lenguajes, desde la representación mimética hasta el relato. Ese formalismo, en parte semejante a planteos de la teoría del arte (por ejemplo, a los de Clement Greenberg) duró poco, pero la cinemática, que concentró una buena parte de los ataques, parece no haber generado mayor interés académico.

La principal crítica lanzada por el formalismo era que la cinemática condensaba operaciones de otros lenguajes (en especial, del cine) al tiempo que cancelaba la participación lúdica, que para los ludólogos constituía el elemento definitorio del medio. Desde la lógica de los desarrollos de Aarseth (1997), la cinemática era vista como una intromisión del régimen *interpretativo* en un medio plenamente *ergódico*. Aunque el capítulo formalista de los *game studies* fue superado rápidamente, la academia, el periodismo especializado y los desarrolladores mantuvieron una opinión ambivalente respecto del uso de cinemáticas (Jenkins, 2003)<sup>7</sup>.

Esa polémica puede ser leída en términos enunciativos: las distintas posiciones en contra de la utilización de las cinemáticas comparten el rechazo hacia la implementación en el videojuego de momentos no ergódicos, donde la participación es interrumpida por una secuencia audiovisual. Es decir que, aunque la discusión no sea formulada en términos enunciativos, lo que se rechaza es la elaboración de una figura discursiva distinta a la del *jugador* y cercana a la construida por otros medios y lenguajes, la de un *espectador* que no participa reconfigurando materialmente el texto, sino que es interpelado como destinatario de un espectáculo audiovisual ya configurado que no habilita la

<sup>6</sup> “Las *cut-scenes* pueden transmitir lo que he llamado la voz familiar de un género”. (Traducción: Editor).

<sup>7</sup> A pesar de esta falta de interés académica y periodística, todo indica que el recurso goza de una gran estabilidad, y es un dato evidente que los juegos de los grandes estudios invierten cada vez más en la producción de *cut-scenes*.

interacción. En todo caso, aunque la posición formal haya declinado rápidamente, algo de sus postulados persiste en las opiniones contra las cinemáticas, de las que se desprende que el videojuego, para preservar una presunta esencia textual, debería ofrecer solo propuestas ergódicas y evitar cualquier otro desvío, cualquier contaminación mediática, privándose así de las posibilidades expresivas de las *cut-scenes* y de su articulación con lo lúdico.

## 5. CONTEMPLADOR

Las tres figuras analizadas poseen una estabilidad indiscutida: si bien la de mayor proyección es, previsiblemente, la del *jugador*, tanto el *espectador* como el *usuario* no resultan menos frecuentes ni menos importantes para describir los modos de enunciación del videojuego. Sin embargo, en los últimos años, la emergencia de lo que dio en llamarse *art game* y algunos desplazamientos tectónicos dentro del medio facilitaron el surgimiento de una figura nueva, que llamaré provisoriamente *contemplador*. A diferencia de las figuras ya mencionadas, el *contemplador* no parece haber sido elaborado hasta bien entrada la historia del videojuego, hace más o menos una década, es decir que la figura es la resultante de una serie de transformaciones recientes.

Una de esas transformaciones comienza a dibujarse en el horizonte del videojuego hace más o menos diez años con juegos como *Passage* (2007), *The Graveyard* (2008) o las producciones del estudio Thatgamecompany. Se trata de casos en los que se verifica un cambio inédito en la historia del medio: lo lúdico –en tanto estructura textual organizada por reglas, objetivos y recompensas– se debilita, es atenuado, y en algunos casos hasta prácticamente desaparecer. En *Passage* se dirige a un *avatar* que se mueve a lo largo de un camino pixelado. El trayecto obliga a tomar decisiones: ponerse o no en pareja junto a otro *avatar* similar (y avanzar juntos), internarse en la parte baja del camino en busca de cofres que den puntos o, en cambio, dirigirse hacia la derecha. Cada partida dura indefectiblemente cinco minutos: a medida que pasa el tiempo, el *avatar*, que empieza ubicado en el límite izquierdo, cambia imperceptiblemente de posición hacia la derecha, hasta llegar al margen derecho, desaparecer y dejar en su lugar una lápida. *Passage* trata acerca de la fatalidad de la muerte sirviéndose la dimensión ergódica del medio; no importa si se opta por hacer el recorrido solo o acompañado, si se busca o no incrementar el puntaje buscando cofres: el final de la partida está fijado, es inexorable y ninguna de las decisiones que se tomen puede alterarlo.

En *Graveyard* se controla a una anciana que atraviesa un camino dentro de un cementerio. El *avatar* se mueve con dificultad, lentamente y apoyándose en un bastón. La anciana solo puede moverse, y solo puede hacerlo en una única dirección: no hay libertad de desplazamiento ni de acción, solo se puede caminar hacia adelante, optando por avanzar o detenerse en cualquier momento a

observar el espacio circundante. Al final del camino hay un banco; una vez que se llega al lugar, la anciana se sienta, el punto de vista cambia (ahora vemos su rostro de cerca) y se escucha una canción mientras se superimprimen imágenes sobre su rostro, tal vez recuerdos (se trata de una cinemática, cuya irrupción cancela la participación). Una vez terminada la canción, pueden suceder dos cosas: que la anciana se levante y que haya que conducirla de nuevo hasta la entrada del cementerio (es decir, recorrer en sentido inverso el camino: igual que antes, al ritmo que se prefiera, ya sea avanzando o deteniéndose a gusto), o que se desplome en el banco. El jugador, así como no posee control sobre las acciones o la trayectoria de la anciana, tampoco puede incidir en el desenlace: que suceda una cosa o la otra es azaroso, no depende de la performance.

Se mencionan estos dos casos a modo de ejemplo, aunque podrían incluirse muchos otros. En ambos se verifica una novedad discursiva de grandes proporciones: el videojuego, por primera vez en su historia, ve atenuada notablemente su ludicidad, su capacidad de dirigir el curso de una partida mediante el despliegue de habilidades. Aunque los dos juegos<sup>8</sup> se inscriben dentro del universo de las textualidades ergódicas, ya que habilitan la participación, no se está ante una propuesta discursiva de tipo lúdica: faltan, por ejemplo, objetivos que abran un abanico de estados textuales (victoria, derrota, etc.), *feedback* con el que se sancione la performance, o la incertidumbre propia de lo lúdico<sup>9</sup>. Esta atenuación del funcionamiento lúdico, que no hizo más que incrementarse con el paso de los años y con la expansión del *art game*, anuncia un importante reacomodamiento enunciativo: al no encontrarse operaciones de tipo lúdico en la superficie textual, parece evidente que el discurso ya no elabora un *jugador* y que la propuesta de contacto es otra.

Si bien el proceso de atenuación de lo lúdico representa un fenómeno pequeño en proporción con la producción *mainstream*, ha crecido y consolidado un espacio propio que afirma su singularidad estilística en oposición a las propuestas de los grandes estudios. Dentro del *art game*, una tendencia goza hoy de una notoria estabilidad: se trata de los llamados *walking simulators*. La etiqueta se usó en un primer momento para señalar de manera despectiva a juegos como *Dear Esther* (2012) o *Proteus* (2013), que carecían de desafíos lúdicos y, en su lugar, desplegaban una experiencia de tipo exploratorio. La producción se incrementó en poco tiempo y la etiqueta perdió rápidamente su peso valorativo. Hoy, la categoría *walking simulator* funciona en términos

<sup>8</sup> Si bien los ejemplos analizados carecen prácticamente de operaciones lúdicas y, por lo tanto, no se está ya ante juegos propiamente dichos, se utiliza igualmente la palabra *juego* porque se trata de casos que no abandonan los circuitos habituales del videojuego. Entonces, más allá de que podría ser más preciso no referirse a esos casos como juegos, lo cierto es que circulan en los espacios del *gaming*, en plataformas de venta, foros o sitios especializados. Es decir, que no se los aparta de la clasificación de juego, aunque a veces la tensionen. *Graveyard*, de hecho, puede adquirirse en *Steam*.

<sup>9</sup> No debe confundirse la atenuación/desaparición de lo lúdico con la de la interactividad. La interacción, es decir, el carácter ergódico, es un rasgo material que se mantiene en los dos tipos de funcionamientos. Lo que cambia, en todo caso, es que esa ergodicidad ya no da lugar a una estructura lúdica, sino a un régimen distinto, que no se define por la presencia de objetivos y metas, sino por la fruición del entorno.

descriptivos, por ejemplo, en *Steam*, la plataforma más importante del mundo en promoción y venta de juegos para PC.

*Dear Esther*, el gran iniciador de la tendencia, sitúa a un protagonista desconocido en una isla desierta. Con un punto de vista en primera persona que reenvía a los *first person shooter* y al género de *survival horror*, el juego habilita un recorrido libre por las distintas zonas de la isla. A medida que se llega a diferentes lugares, una voz en off masculina lee cartas dirigidas a una mujer llamada Esther. La voz podría pertenecer al *avatar*, pero eso no se esclarece, tampoco el contenido de las cartas, que es más bien elusivo y está cargado de referencias misteriosas. La información provista por la voz en off solo permite inferir que Esther murió en un accidente automovilístico. Esas coordenadas inciertas enmarcan el recorrido por la isla, que carece por completo de objetivos, obstáculos y que no ofrece diferentes estados, o sea: no se puede ganar o perder. *Dear Esther* presenta un entorno que puede habitarse a gusto, sin el apremio de lo lúdico.

Es claro que los rasgos mencionados no recortan una figura de *jugador*. ¿Qué otra figura puede rastrearse, entonces? Aquí se propone una figura denominada *contemplador*. *Dear Esther* construye enunciativamente un *contemplador* porque despliega un entorno que puede recorrerse sin urgencias, poniendo en disponibilidad toda clase de acciones que otros juegos (por ejemplo, los pertenecientes a los géneros estabilizados del videojuego) no siempre habilitan como la posibilidad de interrumpir el recorrido, la observación libre del paisaje, la navegación sin restricciones vinculadas a la performance. El conjunto de atribuciones incluye acciones relacionadas con el desplazamiento y la observación de manera semejante a otros juegos (por ejemplo, al género de aventura gráfica), solo que aquí esas atribuciones están desprovistas de finalidad lúdica, no delimitan competencias (rasgo enunciativo propio de otra figura, la del *jugador*). El *contemplador*, entonces, surge como resultado de ese conjunto de operaciones y se distingue del *jugador* por no estar sujeto a un devenir lúdico, por carecer de obligaciones y no encontrarse elaborado a partir de destrezas.

El *contemplador* es construido como una figura interesada en los elementos que lo rodean, que atiende a su entorno empujado únicamente por el rastreo de puntos de interés que capturan su atención. Mientras el *jugador* pone en obra competencias con las que se abre paso a través de diferentes espacios y desafíos, el *contemplador* recorre sin urgencias y observa aquello del entorno que cautiva su interés, se desplaza atendiendo únicamente a su curiosidad y busca formas de satisfacción que puedan proveerle la fruición del lugar. Aquí no se está ante la tradicional escena enunciativa del videojuego y sus placeres lúdicos asociados, por ejemplo, con el diseño de entornos (género de estrategia por turnos), con el despliegue preciso de destrezas (*first person shooter*) o con la resolución de enigmas (la aventura gráfica), pero esto no significa que el desplazamiento enunciativo no comporte a su vez nuevas formas de placer. Swink (2008) se refiere a un placer propio del control, de la capacidad de dirigir a un



*avatar* a través de un universo habitable: “Even without a goal in mind, there is this intrinsic pleasure to control” (p. 14)<sup>10</sup>. Un placer que es incluso anterior a los intentos del jugador por cumplir con sus metas, una forma elemental de fruición mediático que sería el sustrato a partir del cual el videojuego habría fidelizado a un público y, a su vez, sobre el cual se habría asentado otros placeres específicos a partir de la consolidación de un sistema de géneros.

La figura del *contemplador* sugiere una aproximación inédita del videojuego a la representación de la experiencia estética. Se hace referencia sobre todo a los desarrollos de autores como Genette (1997), Schaeffer (2018 [2004]) o Goodman (2013 [1978]), donde lo estético es entendido no como propiedad de las cosas sino como un tipo determinado de atención que privilegia la evaluación de rasgos sensibles y su efecto sobre el sujeto antes que sus posibles usos. La experiencia estética es un fenómeno relacional, fruto de un tipo de atención que posibilita la apreciación y que como dimensión antropológica no se reduce al campo de las artes, al que desborda, y puede activarse ante cualquier clase de estímulo. Cuando digo que un juego como *Dear Esther* supone una problematización inédita de la experiencia estética dentro del videojuego, no me refiero al fenómeno en sí mismo<sup>11</sup>, sino a la representación de ese fenómeno. La cultura ofrece una historia de representaciones de la atención estética, como lo dejan ver algunos ejemplos brindados por Schaeffer (2018 [2004]), fragmentos de obras literarias en las que un personaje aparece extasiado ante el contacto con algo que le genera un gran placer. Es posible encontrar ejemplos semejantes en otros lenguajes y medios, incluido el videojuego.

Sin embargo, el caso de *Dear Esther* y el surgimiento de la figura como la del *contemplador* resultan singulares justamente porque allí la experiencia estética no aparece representada, sino que opera en otro nivel, el de la enunciación. El *contemplador* es, a fin de cuentas, resultado de un conjunto de operaciones textuales relacionadas con la exploración y la examinación del entorno; si bien estas operaciones no son nuevas y, como ya se dijo, pueden hallarse en una buena parte de la producción del videojuego (como la aventura gráfica), supone una novedad que esas operaciones funcionen sin un marco lúdico y que aparezcan elaborando un pacto comunicativo que ya no gestiona la superación de objetivos mediante el despliegue de competencias y que, en su lugar, favorezca la interacción libre, sin apremios, con el entorno. *Dear Esther* permite recorrer sin ningún tipo de obstáculo cada zona de la isla y demorarse en la admiración de sus diferentes elementos: un depósito abandonado, el movimiento del mar, los surcos que trazan los caminos en la tierra, la colisión de diferentes sonidos (el ruido del oleaje y el viento contra el silencio de una gruta), la alternancia que se percibe entre los materiales que conforman la isla (roca, arena, vegetación, madera, cemento), el estado de podredumbre de las embarcaciones encalladas

<sup>10</sup> “Incluso sin tener un objetivo en mente, existe un placer intrínseco de controlar”. (Traducción: Editor).

<sup>11</sup> Para una indagación de la experiencia estética en el videojuego, puede consultarse a Kirkpatrick (2011).

que se oxidan en la costa. No se trata, entonces, de una representación cabal de la atención estética, ya que no se muestran personajes entregados a experimentar placeres producto del contacto con objetos, ideas o recuerdos, tal como se verifica en las escenas recuperadas por Schaeffer; acá, en cambio, se lee otro movimiento, como si la atención estética cambiara de nivel y se trasladara de la representación a la propuesta de contacto; esto es, del nivel retórico al enunciativo.

Como ya se dijo antes, utilizando la obra de Metz (1990; 2001 [1977]), al tratarse de un lenguaje (y no de una lengua), en el videojuego la totalidad de operaciones textuales puede ser un lugar de enunciación. Esto supone que no hay que buscar marcas enunciativas solamente en los rasgos con los que se construye el *avatar* o el punto de vista, sino también en aspectos como la elaboración del espacio. El *contemplador* en tanto figura es el resultado no solo de una forma singular de gestión de atribuciones, sino también de una manera particular de despliegue espacial: el entorno se presenta como continuo<sup>12</sup>, a veces ofreciendo caminos alternativos, con zonas diferenciadas y rápidamente discriminables cuyo recorrido queda en manos de los deseos del jugador y no de su performance o de un orden lúdico prefijado.

Esos rasgos retóricos tienen una resonancia enunciativa fundamental, ya que son los que posibilitan el modelado de un contrato de lectura como el de *Dear Esther*, pero también de los ya mencionados *Passage* y *Graveyard*: si bien en los tres casos se gestionan de manera diferente las atribuciones y la topología, la caída de lo lúdico funciona enunciativamente de manera semejante. En *Graveyard*, el recorrido unidireccional y la reducción casi total del repertorio de acciones posibles desplaza la atención de la interacción a la observación del entorno: al camino, las lápidas y el árbol, pero también al andar precario de la anciana, al ritmo que el movimiento desparejo de su cuerpo le imprime al trayecto. *Passage*, por su parte, si bien provee de atribuciones y de un entorno explorable, carece de mecanismos de sanción de la performance, por lo que el efecto general es el de una invitación a detenerse en las distintas áreas de la travesía y apreciar las diferentes configuraciones espaciales (el camino vacío, arriba; el laberinto estrecho que alberga cofres, abajo; los fondos, de colores y constitución cambiante, que invitan a demorarse o bien a avanzar al próximo).

Esta nueva propuesta de contacto se ha extendido velozmente a lo largo de la producción del videojuego, como lo atestiguan una buena parte de los *walking simulator*. Pero esa diseminación también parece haber conducido a una tematización explícita de la atención estética, como ocurre en algunos juegos independientes, por ejemplo, del desarrollador Moshe Linke. Esto sucede en un momento decisivo de *Fugue in Void* (2018), su último juego, pero es en otro

12 Si bien es cierto que la travesía sufre interrupciones, hay que aclarar que esas interrupciones, bajo el orden de "capítulos", obedecen a restricciones temáticas y no lúdicas, segmentan el contenido semántico de la travesía. En juegos posteriores con propuestas discursivas semejantes, las interrupciones disminuyen o desaparecen.

juego anterior donde la tematización organiza el conjunto de la experiencia. *Brutalism: A Prelude on Stone* (2017), inicia con un gran edificio en medio del desierto. La monumentalidad de las dimensiones, la visibilidad de grandes bloques de concreto y la rigidez de la topología confirman que el espacio aparece modelado de acuerdo con el estilo arquitectónico del título. Al igual que en los casos mencionados, en *Brutalism* no hay un funcionamiento lúdico: el *avatar* es dejado a su suerte en un edificio que solo puede recorrer y observar. La cuestión es que el edificio revela enseguida un diseño que evoca el de un museo: una serie de pasillos y escaleras conducen a salas donde se alojan todo tipo de cosas: vapores que llenan la habitación, grandes llamaradas de fuego, piedras que caen del techo y se amontonan en el suelo, estanques que contienen líquidos con distintas texturas y colores, un conjunto de haces de luz que se diseminan por el espacio de la sala, etc. Nada indica que el lugar sea un museo ni que lo que se exhibe sean obras: no hay, por ejemplo, indicadores de títulos y/o materiales, paratexto fundamental que señala el estatuto de obra. Sin embargo, como ya se dijo, la disposición del espacio y de lo exhibido reenvían constantemente a la idea del museo y del contacto con obras.

Esa ambigüedad se vuelve la condición de posibilidad para la tematización explícita de la experiencia estética. *Brutalism*, al igual que los juegos antes mencionados, elabora un *contemplador*, pero el *avatar* que recorre las estancias del gran edificio de piedra está ante una escena semejante a la de un museo, una galería u otro espacio exhibitivo, esto es: espacios cuyo funcionamiento social se encuentra ligado a la experiencia estética. Como el visitante de un museo, el *avatar* de *Brutalism* puede recorrer el lugar, observar lo exhibido y detenerse ante aquello que cautiva su interés; al no haber nada parecido a una estructura lúdica, el contacto con lo que se exhibe solo puede estar regido por el placer (o displacer) que genera el paso por cada habitación. Es decir, que la elaboración de un *contemplador* en el juego de Moshe Linke se monta, además de sobre una retorización específica, sobre una semantización particular: el tema pareciera ser el de una disponibilidad total de tiempo y movimiento que habilita la admiración, en otras palabras, la atención estética<sup>13</sup>.

Una vez más no se hace referencia a la experiencia estética en sí misma, en tanto fenómeno: eso requeriría un estudio en reconocimiento con jugadores empíricos. Se habla, por el contrario, de dos operaciones: de la tematización de ese tipo de experiencia y de su traslación a una dimensión enunciativa. La singularidad de los casos analizados en este último punto reside en que esas dos operaciones parecen volverse viables a partir del surgimiento de una propuesta de contacto específica que se condensa en torno de una figura enunciativa relativamente reciente para el videojuego como es la del *contemplador*.

<sup>13</sup> Al comienzo del párrafo se hizo referencia a la *ambigüedad* como condición de posibilidad de esta tematización. Eso es así porque, si el juego desplegara un museo propiamente dicho, con obras reconocibles, la semantización habilitada por la escena ya sería otra, probablemente una relacionada con el universo social del campo del arte y no con una propuesta de atención estética.

Es esta figura, resultante de la caída de las estructuras lúdicas, la que posibilita la elaboración de la atención estética en la superficie discursiva más allá de la representación, como propuesta de contacto.

## 6. CONCLUSIONES

Las cuatro figuras analizadas permiten observar las principales modalidades enunciativas del videojuego. Se trata, claro, de una observación a gran escala, que atiende a regímenes y no a problematizaciones específicas. Como ya se dijo, la figura del *jugador* no es construida de la misma manera en el género de estrategia que en la aventura gráfica, a lo que habría que agregar que diferentes exponentes de un mismo género pueden, a su vez, modelar un *jugador* distinto. Hecha la aclaración, la caracterización muy general que se realizó del *jugador* sirve para trazar una línea de comparación con otras figuras muy diferentes que condensan, a su vez, modos de interpelación prelúdicos (*el usuario*) y no lúdicos (*el espectador* y *el contemplador*). El contraste resulta útil por varios motivos: uno, permite derribar los argumentos formalistas de la primera ludología, que atribuía al videojuego una presunta pureza mediática radicada en su funcionamiento lúdico; dos, echa luz sobre modalidades discursivas de gran estabilidad que fueron poco y mal estudiadas (la cinemática), o a las que casi no se atendió (el despliegue de los menús y la presentación de opciones previas al comienzo de la partida). Una jerarquización de esos contratos discursivos puede servir para comprender las modalizaciones enunciativas del videojuego, ya que las figuras se articulan unas con otras en el espacio de un mismo texto y, entonces, el estudio de la enunciación del medio debe incorporar también esas variaciones y relevos.

Finalmente, la figura del *contemplador* señala un reacomodamiento textual de grandes proporciones: el videojuego, que en sus inicios alcanzó una enorme popularidad mediatizando formas lúdicas existentes tanto como inventando nuevas, atraviesa desde hace una década una notoria atenuación de lo lúdico. Esta atenuación exhibe aspectos muy distintos dependiendo del caso, pero lo que interesa aquí, al igual que con el *jugador*, es trazar los contornos de una figura general. Si bien *Passage*, *Graveyard*, *Dear Esther* y *Brutalism: A Prelude on Stone* diseñan escenas comunicativas diferentes, los cuatro coinciden en que modelan a un *contemplador*, cuyos rasgos se comprenden mejor en comparación con los del *jugador*, figura privilegiada históricamente por el medio.

El *contemplador* no está investido de competencias, sino de la capacidad de habitar el entorno y de apreciarlo; la figura es una resultante de la atenuación general de la organización lúdica del *avatar*, del espacio y del tiempo. La novedad que supone la aparición del *contemplador* introduce una novedad en relación con las otras figuras analizadas: en principio, los rasgos que delimitan el campo de acción del *contemplador* pueden articularse sin problemas (de

hecho, así sucede con frecuencia) con los de figuras como el *espectador* y el *usuario*. Sin embargo, el comportamiento es diferente en relación con el jugador: la presencia de una de las figuras tiende a excluir a la otra. Esa articulación particular puede explicarse de la siguiente manera: mientras que el *usuario* y el *espectador* son figuras de menor peso, es decir, que organizan de forma menos intensiva el pacto discursivo, el *jugador* y el *contemplador*, en cambio, exhiben una potencia formativa evidentemente mayor, por lo que resulta esperable que una y otra figura no compartan el espacio de un mismo texto (al menos en el presente, cuando la figura del *contemplador* es todavía una invención reciente y todavía no se encuentra plenamente estabilizada).

A modo de nota final, el surgimiento y la extensión de la figura del *contemplador* en la última década deben ser leídos en consonancia con la aceleración del proceso de *artificación* (Heinich & Shapiro, 2012) que atraviesa el videojuego y que supone, entre otros fenómenos, su inclusión cada vez más frecuente (y cada vez menos polémica) en los circuitos de las artes y su utilización por parte de artistas para la creación de obras. Esos cruces y diálogos del videojuego con el campo de las artes coinciden con el proceso de atenuación/desaparición de las estructuras lúdicas, y abren el camino a una hipótesis todavía improbable: tal vez la anulación de lo lúdico sea el requisito que el videojuego deba exhibir para acceder plenamente a la clasificación de arte; es decir, que es posible que su aceptación social bajo la rúbrica de lo artístico dependa de la invención de nuevas propuestas de contacto y, por ende, del quiebre de sus mecanismos enunciativos tradicionales, los mismos que organizaron la producción que llevó al videojuego a transformarse en el último medio popular del siglo pasado y del nuevo milenio. Ante la incertidumbre de ese panorama, no quedan dudas: el videojuego ya no interpela exclusivamente a un *jugador*, sus modos discursivos de apelación en el presente crecen y modifican hasta ubicarse por fuera del terreno de los funcionamientos lúdicos.

## REFERENCIAS

- Aarseth, E. (1997). *Cybertext: Perspectives on ergodic literature*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Bordwell, D. (1996). La narración clásica: el ejemplo de Hollywood. En *La narración en el cine de ficción* (pp. 156-204). Barcelona: Paidós.
- Burch, N. (2011). *El tragaluz del infinito. Contribución a la genealogía del lenguaje cinematográfico*. Madrid: Cátedra.
- Entertainment Software Association (ESA) (2018). *Essential Facts About The Computer and Video Game Industry 2018*. Recuperado de: <http://www.theesa.com/article/essential-facts-computer-video-game-industry-2018/>

- Fernández Vara, C. (2009). *The tribulation of adventure games: Integrating story into simulation through performance*. Thesis doctoral, Doctorate of Philosophy in Digital Media, Georgia Institute of Technology, Atlanta, Georgia.
- Genette, G. (1997) *La obra de arte II. La relación estética*. Barcelona: Lumen. (2001) *Umbralés*. México: Siglo XXI.
- Goodman, N. (2013 [1978]). ¿Cuándo hay arte? *Maneras de hacer mundos*. Madrid: La balsa de la medusa.
- Heinich, N. & Shapiro, R. (April, 2012). When is artification? *Contemporary Aesthetics*, 4. Recuperado de: <https://contempaesthetics.org/newvolume/pages/article.php?articleID=639>
- Jenkins, H. (2003). Game design as narrative architecture. En Wardrip-Fruin, N. & Harrigan, P. (comps.), *First person: New media as story, performance, and game* (pp. 118-131). Cambridge: MIT Press.
- Juul, J. (2005). *Half-Real: Video games between real rules and fictional worlds*. Cambridge: MIT Press.
- Kirkpatrick, G. (2011). *Aesthetic theory and the video game*. Manchester: Manchester University Press.
- Klevjer, R. (June, 2002). In Defense of Cutscenes. *Computer Games and Digital Cultures Conference*, Tampere, Finlandia. Recuperado de: <http://www.digra.org/dl/db/05164.50328.pdf>
- Klevjer, R. (2012). Enter the Avatar. The phenomenology of prosthetic telepresence in computer games. En Fossheim H., Mandt Larsen, T. & Sageng, J. R. (Eds.), *The Philosophy of Computer Games* (pp. 17-38). Londres: Springer.
- Klevjer, R. (2014). Cut-scenes. En Wolf, M. & Perron, B. (Eds.), *The Routledge Companion to Video Game Studies* (pp. 301-309). New York: Routledge.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: La imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós.
- Maté, D. (2017). De la animación a lo lúdico: Tiny Toon y tres estrategias de pasaje al videojuego. *Me manda Walt*, 2. Recuperado de: <http://memandawalt.com.ar/index.html>
- Maté, D. (2018). Leer, interpretar, gestionar: mediatización, género de estrategia y reconfiguraciones del jugador. *Lúdicamente*, 7(13). Recuperado de: <http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/ludicamente/article/view/10313/pdf>
- Metz, C. (1990). *L'énonciation impersonnelle, ou le site du film*. París: Méridien-Klincksieck.
- Metz, C. (2001 [1977]). Identificación, espejo. En *El significante imaginario. Psicoanálisis y cine*. Barcelona: Paidós.

- de Mul, J. (2005). The game of life: Narrative and ludic identity formation in computer games. En Raessens, J & Goldstein, J. H. (eds.), *Handbook of computer game studies* (pp. 251-266). Cambridge: MIT Press.
- Pérez Latorre, O. (2012). *El lenguaje videolúdico: Análisis de la significación del videojuego*. Barcelona: Laertes.
- Prell, S. (February 23, 2018). Forget graphics - to get a real sense of how games have evolved, look at their menus. *Games Radar*. Recuperado de: <https://www.gamesradar.com/forget-graphics-to-get-a-real-sense-of-how-games-have-evolved-look-at-their-menus/>
- Reuters (June 13, 2018). *Investing in the Soaring Popularity of Gaming*. Recuperado de: <https://www.reuters.com/article/idUSWAOA94RPPW851865>
- Schaeffer, J.M. (2018 [2004]). *La experiencia estética*. Buenos Aires: La Marca.
- Steimberg, O. (2013). *Semióticas. Las semióticas de los géneros, los estilos, de la transposición*. Buenos Aires: Eterna Cadencia.
- Swink, S. (2008). *Game feel: A game designer's guide to virtual sensation*. Florida: CRC Press.
- Taylor, L. (December, 2003). When seams fall apart. Video game space and the player. *Game Studies*, 3(2). Recuperado de: <http://www.gamestudies.org/0302/taylor/>
- Traversa, O. (2014). Aproximaciones a la noción de dispositivo. Dispositivo-enunciación: en torno a sus modos de articularse. *Inflexiones del discurso. Cambios y rupturas en las trayectorias del sentido*. Buenos Aires: Santiago Arcos.
- Vella, D. (August, 2016). Who Am 'I' in the Game? A Typology of the Modes of Ludic Subjectivity. *DiGRA/FDG '16 - First International Joint Conference of DiGRA (Digital Games Research Association) and FDG (Society for the Advancement of the Science of Digital Games)*, Dundee, Escocia. Recuperado de: <http://www.digra.org/digital-library/publications/who-am-i-in-the-game-a-typology-of-the-modes-of-ludic-subjectivity/>
- Verón, E. (1987). *La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires: Gedisa.

## MATERIALES – VIDEOJUEGOS

- Brutalism: A Prelude on Stone* (2017). Moshe Linke.
- Candy Crush Saga* (2012). King.
- Dear Esther* (2012). The Chinese Room.
- Fugue in Void* (2018). Moshe Linke.

*Max Payne* (2001). Remedy Entertainment.

*Miss Pacman* (1982). General Computer Corporation, Midway Manufacturing.

*Passage* (2007). Jason Rohrer.

*Proteus* (2013). Ed Key, David Kanaga.

*Saints Row: Gat Out of Hell* (2015). High Voltage Software, Volition.

*Sonic* (1991). Sonic Team.

*Stacking* (2011). Double Fine Productions.

*Tetris* (1984). Alexey Pajitnov.

*The Graveyard* (2008). Tale of Tales.

*XCOM 2* (2016). Firaxis Games.

\*Contribución: el 100% del trabajo pertenece al autor.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

#### IDENTIFICACIÓN DEL AUTOR

**Diego Maté.** Licenciado en Crítica de Artes (UNA), Argentina. Profesor de “Semiótica y Teorías de la Comunicación” y “Semiótica General”, ambas en el área de Crítica de Artes (UNA). Realiza el Doctorado en Artes en la UNA con el apoyo de una beca doctoral otorgada por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Argentina. Su tema de investigación son los diferentes cruces e intercambios entre el videojuego y el campo de las artes. Se desempeña como crítico de cine en las publicaciones *Cinemarama*, *A Sala Llena* y *Perro Blanco*.

#### REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

Maté, D. (enero-junio, 2019). Estrategias enunciativas del videojuego: cuatro figuras. *InMediaciones de la Comunicación*, 14(1), 129-150



# Leer con las manos

## Una revisión sobre los estudios hápticos

### Reading with your hands

#### A review on haptic media studies

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1.2890>

ENERO - JUNIO 2019

151

INMEDIACIONES

► FRANCISCO HERNANDO ARRI

farri@usal.edu.ar - Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social, Universidad del Salvador (USAL), Argentina.

Fecha de recepción: 18 de marzo de 2019

Fecha de aceptación: 23 de abril de 2019

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8946-9870>

#### RESUMEN

El presente artículo es una revisión de la literatura existente respecto de los orígenes y el desarrollo de los estudios hápticos en relación con las nuevas prácticas de navegación propuestas por el ecosistema de comunicación móvil, en tanto la lectura en dispositivos móviles y *smartphones* ha provocado una transformación de la materialidad de los soportes. Las renovadas formas de navegación han transformado el vínculo entre textos, lectores y plataformas y la perspectiva de los estudios hápticos toma en consideración la trascendencia del sentido táctil en la práctica de la lectura cotidiana. El objetivo de este artículo es poner en diálogo a los autores

más importantes de esta rama de estudio con el fin de constituir un estado de la cuestión en el marco de la comunicación móvil.

**PALABRAS CLAVE:** *estudios hápticos, tacto, comunicación móvil, navegación.*

#### ABSTRACT

This article is a review of the existing literature regarding the origins and development of haptic studies in relation to new navigation practices by content proposed by the mobile communication ecosystem in terms of detachment and transformation of the materiality of the supports caused by reading on mobile devices or smartphones. In this way, the renewed forms of navigation have transformed the link between texts, readers and platforms. The perspective of haptic studies takes into consideration the transcendence of the tactile sense in the practice of daily reading. The objective of this article is to bring together the most important authors of this branch of study in order to establish a status of the issue within the framework of mobile communication.

**KEYWORDS:** *haptic media studies, touch, mobile communication, navigation.*

## INTRODUCCIÓN

En 2018, en el marco del *Mobile Word Congress* se informó que por primera vez en la historia el número de líneas móviles superó a la población mundial, llegando a 5 mil millones de líneas. En el mundo, un 57 por ciento de personas posee un *smartphone* (dispositivo móvil preparado para realizar y recibir llamadas telefónicas y con conexión permanente a Internet). El grado de penetración de la comunicación móvil ha producido investigaciones variadas respecto de: su impacto en la sociedad (Castells, 2009), en el ámbito específico de la educación y las juventudes (Morduchowicz, 2008; Serres, 2013), en el consumo de noticias (Albarello, 2018; Alonso & Magallanes, 2016), en el área de los entretenimientos (Aguado, Feijóo & Martínez, 2013), en torno de la socialización y vínculos personales (van Dijck, 2016), y también en el modo de navegar, leer y acceder a los contenidos disponibles a través de los *smartphones* (Carr, 2011; Pernice, 2017). Mientras que la figura del lector, la consideración de los soportes y de la propia lectura, ha sido abordada a partir de la historia del libro y las ediciones literarias, la propia literatura, la lingüística, la filosofía y también la semiótica y el análisis del discurso (Littau, 2008).

Desde la perspectiva histórica, y corriéndose de la tradición puramente semántica del texto que impuso el estructuralismo, Cavallo y Chartier (2011) sostienen que “las formas producen sentido y que un texto está revestido de un significado y un estatuto inéditos cuando cambian los soportes que le proponen a la lectura” (p. 26). En este contexto, el nacimiento de los estudios *hápticos* (es decir, aquellos que están vinculados con el sentido del tacto) está ligado a que muchos estudios recientes sobre la lectura no toman en consideración la importancia de la intangibilidad y la volatilidad de la lectura digital en el nuevo ecosistema móvil, dado que se encuentran separados de la dimensión física y mecánica de su soporte material.

Al respecto, Mangen (2008) menciona al “desapego” de la lectura y su soporte material, también asegura que tiene implicaciones importantes para la experiencia de lectura y la relación entre un texto y su plataforma tecnológica y cómo esos diferentes tipos de materialidad afectan la experiencia lectora. Debería haber, dice la autora, a partir de estos interrogantes, una línea teórica que fuera capaz de dar cuenta de ello. Para Mangen la lectura es una actividad multisensorial que implica movimiento, percepción y cognición. En ese sentido, y no solamente por el contexto eminentemente móvil del ecosistema digital, es preciso que las teorías de lectura puedan dar cuenta, por ejemplo, de aquello que hacen las manos durante el acto lector. Así aparecen los denominados *haptic studies* o estudios vinculados a lo háptico; que es la ciencia del tacto, así como la acústica es la ciencia del oír o la óptica que se refiere a los estudios de la vista.

### Para Mangen:

El proceso de lectura y la experiencia de un el texto digital se ve muy afectado por el hecho de que hacemos clic y desplazamos, en contraste con la experiencia táctil más rica al hojear las páginas de un libro impreso. Al leer textos de manera digital, nuestra interacción háptica con el texto experimenta una cierta distancia del texto real, mientras que cuando leemos texto impreso estamos física, fenomenológica y literalmente en contacto con el sustrato material del texto mismo (2008, p. 405).

Los estudios hápticos tienen su raíz en la psicología, aunque ya en la década del 60 el propio Marshall McLuhan predijo que la nueva era de los medios electrónicos se definiría no tanto por la visión, sino por el sentido del tacto, mientras que especialistas como Robert Jütte (que escribió su clásica obra *Historia de los sentidos*) sostuvo que probablemente, en la actualidad, estamos ingresando a una “edad háptica”, que es fácilmente identificable dada la cantidad de interfaces que rodean a los lectores y que están preparadas para ser “tocadas” (teléfonos móviles, tabletas, dispositivos de lectura electrónica). Mientras que Parisi, Paterson & Archer (2017) se preguntan qué es lo que hace que este momento en la historia de la mediatización sea diferente de los anteriores. Estos autores aseguran:

El momento háptico en el que nos encontramos implica una especie de réplica del cambio tecnológico, ya que evaluamos y llegamos a términos con las ramificaciones de la transformación táctil. Las tecnologías que median el tacto se han sometido a una domesticación tranquila, como teléfonos con pantalla táctil, tabletas y videos, los controladores de juego se abren camino en la vida cotidiana, mientras que las instancias más avanzadas de tecnologías hápticas se han convertido en componentes de nicho para simulaciones médicas, estudios de diseño y telecirugía robótica (2017, p. 1514).

En este artículo nos detenemos en los orígenes y en el desarrollo de los estudios hápticos en relación con las nuevas prácticas de navegación propuestas por el ecosistema de comunicación móvil, en tanto la lectura en dispositivos móviles y *smartphones* ha provocado una transformación de la materialidad de los soportes. En tal sentido, nos proponemos hacer una revisión de la literatura existente, con el objetivo de poner en diálogo a los autores más importantes de esta rama de estudio y constituir así un estado de la cuestión en el marco de la comunicación móvil.

## 2. LOS ORÍGENES DE LOS ESTUDIOS HÁPTICOS

La noción de *háptico* proviene del griego *apto*, que significa *tocar*, y fue utilizado por el investigador Alois Reigl por primera vez en 1901, en una distinción entre *háptico* y *arte óptico*. Verhoeff (2012), investigadora de la

Universidad de Utrech en Holanda, aclara que en ese surgimiento hay una diferenciación de la mirada óptica, que se limita al ojo que ve a distancia, de la “mirada háptica”, que tiene que ver con que la mirada puede pasar al objeto, acariciar con el toque y, por extensión, “experimentarlo con todos los sentidos” (p. 164).

Actualmente, el término está vinculado, según Verhoeff (2012), a tres campos de estudio: arte, cine y estudios de interfaz, y se utiliza para “calificar un cierto tipo de mirada, una mirada específica” (p. 164). Gilles Deleuze discute el tema del tacto principalmente en relación con la pintura. En tanto que, en la teoría del cine, la idea del háptico vendría a representar una mirada comprometida que involucra y es consciente del cuerpo, principalmente del espectador a través de teorías fenomenológicas a partir de teorizar la brecha que existe entre el espectador y la pantalla. La tercera noción de háptico desarrollada por Verhoeff es pertinente para los estudios de interfaz en donde se indica la presencia, la actividad y el rol de otros sentidos más allá de la vista. La atención hacia lo háptico aumenta la conciencia de la presencia generalizada en diversos artefactos y la transferencia de significado de un dominio a otro. Esta situación genera atracción, dado que el uso de los dispositivos de interfaz implica necesariamente el toque.

La importancia de la mano en el acto de comunicación fue ya estudiada en varias investigaciones anteriores, como en la de Richardson (2010), que analiza la relevancia de la cara y la tecnología. Esta investigadora habla de la importancia del vínculo entre el cuerpo y la tecnología y asegura que ese análisis puede realizarse a través de un método fenomenológico que complementa el desarrollo de *tropos ontológicos* con *metáforas corporales* que –para la autora– están profundamente enraizadas en las experiencias de uso de pantallas como interfaces.

Este enfoque fenomenológico, basado en los postulados del filósofo francés Maurice Merleau-Ponty, sostiene que cada relación humano-tecnología es también una relación cuerpo-herramienta, y como tal, cada fusión con tecnología invoca ciertos tipos de ser-en-el-mundo, y formas particulares de conocer y hacer ese mundo. Tal perspectiva considera que la interfaz de pantalla es, literalmente, un aspecto esquemático de nuestro cuerpo; es decir, el uso rutinario de pantallas se ha convertido en parte de nuestra experiencia dinámica incorporada (Richardson, 2010).

Esta perspectiva también recoge algunas reflexiones realizadas por otros investigadores, como por ejemplo Moores (2014), quien recoge alguna de las tradiciones más importantes que, desde la fenomenología, han aportado a la conformación incipiente de este campo de estudios. En Merleau-Ponty, dice Moores, aparece una primera reflexión respecto del uso del teclado en las máquinas de escribir, al asegurar que sus usuarios obtienen un conocimiento que es generado por la familiaridad y se refiere a su conocimiento práctico como

“un conocimiento en las manos” (Merleau-Ponty, 1993, p. 165). Esto asegura que el cuerpo “entiende” la adquisición del hábito<sup>1</sup>.

Moore también pone en diálogo discusiones más recientes acerca de la estructura de las actividades manuales y las destrezas que complementan lo analizado por Merleau-Ponty. Es en ese marco que el filósofo Raymond Tallis menciona a “la mano que sabe”, que “tiene un conocimiento exquisito del tamaño, forma, superficie, textura y densidad del objeto que manipula” (Tallis en Moore, 2014, pp. 29-30) y el arquitecto Juhani Pallasmaa (2012), en su trabajo sobre el *pensamiento de la mano*, incorpora nociones vinculadas a la sabiduría incorporada y al pensamiento sensorial.

Por su parte, el sociólogo Sennet (2009), más identificado con el pensamiento pragmático, discute la idea de *mano inteligente* en una reflexión vinculada a las prácticas de habilidad de los artesanos. Debe tenerse en cuenta que esta perspectiva teórica reconoce al cuerpo como posibilidad elástica. Mientras que Mangen (2008), siguiendo esta línea de primeros abordajes sobre la cuestión háptica, también retoma algunas de las consideraciones de Mc Luhan al afirmar que los medios tienen efectos espaciales, temporales y sociales muy específicos y que son *extensiones del cuerpo*.

### 3. MANOS, LECTURAS Y NAVEGACIÓN

Richardson & Hjorth (2014) reconocen la manera en la que la relación de los lectores con la tecnología “se encarna” y plantean al respecto que hay un cambio radical desde lo visual a lo háptico y táctil. Esta mutación implica necesariamente un cambio significativo en la ontología relacional del cuerpo y la tecnología al que se califica, según Richardson (2010), como “el más íntimo, omnipresente y afectivo de todos los que hemos experimentado hasta ahora” (p. 6). En tanto, Parisi, Paterson & Archer (2017) aclaran que el poder total de estas tecnologías, en su conjunto, “radica en su capacidad para generar un cambio en nuestra orientación hacia el tacto, para generar un reconocimiento de que el colectivo sensorium ha sido alterado de forma acumulativa a través de las tecnologías del tacto” (p. 1515).

Estos autores además consideran importante hacer una definición de *medios hápticos*, y aseguran que ellos son todos los que tienen una orientación productiva hacia lo táctil, el papel del tacto, en los sistemas de mediación, en tanto que fomentan una atención especial a ese sentido. Califican de *hápticos* aquellos medios “donde se expresan y promulgan los modelos normativos de uso corporal”, en donde conviven lo digital, lo analógico y lo físico (Parisi, Paterson & Archer, 2017, p. 1517).

Por su parte, el trabajo de Ingold (2013) es valorado porque reconoce tres maneras como las manos podrían estar implicadas en los medios móviles: 1)

1 La idea de *habitus* es retomada en la obra del sociólogo francés Bourdieu (1991) e implica un sistema de disposiciones que estructura todas las experiencias pasadas y que interviene en las percepciones, las apreciaciones y las acciones de los hombres.

como depositarios de memoria, 2) como articuladores del presente, y 3) como orientaciones respecto del futuro, algo que, de un modo u otro, puede articularse con la perspectiva de la *mediatización* que propone Cingolani (2013), quien toma al espacio y al tiempo como notas fundamentales en ese proceso.

En esa línea, algunos autores prefieren enfatizar todo lo que los medios tienen en común con el uso rutinario de otro tipo de artefactos, aunque no se enfocan únicamente en las destrezas manuales necesarias para su utilización, sino que también mencionan y tienen en cuenta los ritmos corporales y los propios entendimientos que se involucran en la aparente tarea sencilla de consultar un correo electrónico. Moores (2014), por ejemplo, se opone al concepto de *navegación* propuesto al principio de la década de los 90 por el español Antonio Rodríguez de las Heras, planteando que su utilización está asociada a una idea más cartográfica y de *mapa cognitivo*, pero no permitiría dar cuenta de otro tipo de implicancias como las descritas. Es necesario advertir que el uso de medios móviles y geolocalizados promueve sentimientos emocionales y sensoriales a través de formas de copresencia (Horst, 2011; Licoppe, 2004; Richardson et al. 2012), sobre todo en redes sociales y con nociones de juego móvil y diversión.

Para Ingold (2013), la mano puede considerarse como una extensión del cerebro y tiene la posibilidad de ser una parte que puede recordar, saber, contar, sentir. Este autor pone en correlación la evolución de la mano humana, la locomoción bípeda y la expansión de la corteza cerebral y retoma las ideas del anatomista Frank Wilson, quien plantea que “el cerebro no vive dentro de la cabeza, a pesar de que es su hábitat formal. Se extiende al cuerpo y desde el cuerpo llega al mundo” (Wilson en Ingold, 2013, p. 112). Esta explicación sirve para comprender que hasta las yemas de los dedos y las manos son una extensión del cerebro, no meramente un dispositivo que es controlado y comandado desde afuera.

Hasta aquí está claro que la reflexión de los nuevos estudios hápticos no se vincula solamente al mundo del tacto, sino que están o deberían estar interrelacionados con otros sentidos. Es la propuesta que hace Verhoeff (2012) en el trabajo *Mobile Screens. The Visual Regime of Navigation*, donde despliega ideas y conceptos centrales acerca del cruce entre pantallas y dispositivos móviles. Entre otros, vale mencionar la importancia otorgada a la *cartografía performativa* (lo cual implica una integración productiva entre espacio, tiempo y pensamiento) y al denominado *compromiso háptico* (esta idea, de acuerdo a la autora, debe ser entendida como forma de interactividad y como experiencia, que implica considerar a un usuario como un agente activo dentro del régimen visual de navegación en un dispositivo).

Asimismo, y a diferencia de lo planteado por Moores, para esta autora holandesa sí vale la pena rescatar el concepto de navegación, dado que, en su interacción con los dispositivos, los usuarios “reciben y envían información para permitir que otros agentes encuentren su camino a través de un laberinto de

datos” (Verhoeff, 2012, p. 139). Por otra parte, Verhoeff plantea que en la navegación hay una práctica performativa, lo cual implica la noción de *hacer espacio*.

Finalmente, desde la perspectiva de la sociosemiótica, Scolari (2004) ha descrito el modo en que la noción de *infertaz* funciona como un concepto *paraguas*. Es decir, concepto que es susceptible de recibir múltiples interpretaciones. En ese contexto, retoma en su trabajo una idea que ha sido desarrollada por la semiótica cognitiva, las humanidades digitales, la ingeniería y el diseño, mostrando la versatilidad del concepto. Scolari observa que la interfaz (que desde distintas perspectivas ha sido definida como una *superficie de contacto*), se asocia a través del tacto a la *metáfora de la piel*. Esta metaforización, propuesta por la ingeniería en la década de 1980, permite posar la mirada sobre el aspecto estético de la interfaz, idea que implica el uso de colores y la sensación de porosidad en una especie de concepción cosmética del diseño (Scolari, 2004).

En función de la descripción realizada y en el marco de la fuerte irrupción de los dispositivos móviles inteligentes y *tablets* en el ecosistema mediático, puede entenderse que la tactilidad aparece en la actualidad como un aspecto fundamental a la hora de definir, explicar y dar cuenta de las interacciones entre dispositivos y seres humanos. Es por eso que, volviendo sobre la idea de la *interfaz*, Silva Palacios y da Cunha (2012) retoman la noción de *interfaces hápticas*, en tanto se trata de interfaces que producen y reciben señales precisamente teniendo a las manos como protagonistas.

#### 4. A MODO DE CIERRE

A modo cierre, aunque provisorio, del diálogo y las referencias propuestas entre autores que trabajan la perspectiva de los estudios hápticos y las renovadas formas de navegación y del vínculo entre textos, lectores y plataformas, Parisi (2018) propone mapear una serie de desarrollos interrelacionados en torno a una tecnogénesis del tacto. Para ello involucra a las redes institucionalizadas que producen conocimiento, los recursos intelectuales y financieros que se canalizan hacia el estudio del tacto y las motivaciones de los investigadores que abordan el desafío de poner al tacto bajo la supervisión de la ciencia, aunque advierte que los estudios de los medios, por lo general, aún no están preparados para pensar la relación con las investigaciones hápticas desarrolladas en los últimos años.

Según la visión de Parisi, esto sucede porque mientras la ciencia registra genealogías integrales de gran valor académico sobre la vista y el oído, poco se ha producido acerca del tacto, lo cual condiciona o limita el desarrollo de los estudios sobre el contacto en general y lo háptico en particular. De allí que establezca que, en este momento, lo que está en juego es cómo las teorías y las genealogías de los medios han pensado y estructurado la dimensión táctil de los fenómenos comunicativos.

La perspectiva de los estudios hápticos ponen de relieve que los sentidos (en este caso, el tacto) configuran un área de reflexión fundamental a la hora de considerar prácticas de lectura o de navegación, teniendo en cuenta que las diversas materias significantes que a lo largo de la historia fueron el soporte de la lectura inciden claramente en el nexo entre lector y texto. Desde esta mirada, la lectura como práctica no es meramente una actividad intelectual (tal como fue considerada durante varios años y desde distintas miradas teóricas), sino que involucra al resto del cuerpo y pone en escena aspectos *olvidados* por la reflexión académica.

En la resumida genealogía y actualización presentada en el artículo puede observarse la estrecha vinculación que investigadores provenientes de diferentes disciplinas han establecido entre los aspectos técnicos, sensoriales y cognoscitivos involucrados en la lectura. Entendiendo por ello que se trata de una actividad holística e integral, fruto de las capacidades del hombre y su relación con el medio que lo rodea.

## REFERENCIAS

- Aguado, J. M., Feijóo, C. & Martínez, I. (2013). *La comunicación móvil. Hacia un nuevo ecosistema digital*. Barcelona: Gedisa.
- Albarello, F. (2018). El consumo transmedia de noticias por parte de estudiantes universitarios?. *Informe final de Investigación*. Pilar, Buenos Aires: Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Austral.
- Alonso, E. & Magallanes, S. (2016). Perfiles tecnológicos de los estudiantes universitarios de Periodismo y Comunicación en el contexto de convergencia de las TDCG: estudio de caso en la FACSO-UNICEN. *Actas de Periodismo y Comunicación*. 2(1), 1-14. Recuperado de: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/4155>
- Bourdieu, P. (1991). *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.
- Carr, N. (2011). *Superficiales ¿Qué está haciendo internet con nuestras mentes?* Montevideo: Taurus.
- Castells, M. (2009). *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global*. Barcelona: Ariel.
- Chartier, R. & Cavallo, G. (2011). *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Montevideo: Taurus.
- Cingolani, G. (2013). ¿Qué se transforma cuando hay mediatización? En Rovetto, F. & Reviglio, M. C. (comp.), *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones*. Rosario: UNR Editora. Recuperado de: <http://www.cim.unr.edu.ar/archivos/cuadernodelcim2.pdf>



- Horst, H. A. (2011). Grandmothers, girlfriends and big men: The gendered geographies of Jamaican transnational communication. En L. Fortunati, R. Pertierra, & J. Vincent (Eds.). *Migration, diaspora and information technology in global societies* (pp. 65–77). London, UK: Routledge.
- Ingold, T. (2013). *Making. Anthropology, Archaeology, Art and Architecture*. Nueva York: Routledge.
- Jütte, R. (2005). *A History of the Senses: From Antiquity to Cyberspace*. Boston: Polity.
- Licoppe, C. (2004). Connected presence: The emergence of a new repertoire for managing social relationships in a changing communication technoscape. *Environment and Planning D: Society and Space*, 22, 135–156.
- Littau, K. (2008). *Teorías de la lectura. Libros, cuerpos y bibliomanía*. Buenos Aires: Manantial.
- Mangen, A. (2008). Hypertext fiction reading: haptics and immersion. *Journal of Research in Reading*, 31(4), 404–419. DOI: 10.1111/j.1467-9817.2008.00380.x
- Merleau-Ponty, M. (1993). *Fenomenología de la percepción*. Buenos Aires: Planeta-Agostini.
- Moore, Sh. (2014). Digital orientations: Ways of the hand and practical knowing in media uses and other manual activities. *Mobile Media & Communication*, 2(2), 196–208. DOI: 10.1177/2050157914521091
- Morduchowicz, R. (2008). *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad*. Barcelona: Gedisa.
- Muñoz, R. (27 de febrero de 2018). El número de líneas móviles supera por primera vez la población mundial. *El País*, versión digital. Recuperado de: [https://elpais.com/tecnologia/2018/02/27/actualidad/1519725291\\_071783.html](https://elpais.com/tecnologia/2018/02/27/actualidad/1519725291_071783.html)
- Pallasmaa, J. (2012). *La mano que piensa. Sabiduría existencial y corporal en la arquitectura*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Parisi, D, Paterson, M. & Archer, J. (2017). Haptic media studies. *New Media & Society*, 19(10), 1513–1522. DOI: 10.1177/1461444817717518
- Parisi, D. (2018). *Archaeologies of Touch. Interfacing with Haptics from Electricity to Computing*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Pernice, K. (2017). *F-Shaped Pattern of Reading on the Web: Misunderstood, But Still Relevant (Even on Mobile)*. Recuperado de: <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/>
- Richardson, I. (2010). Faces, interfaces, screens: Relational ontologies of framing, attention and distraction. *Transformations*, 18. Recuperado de: [www.transformationsjournal.org/journal/issue\\_18/article\\_05.shtml](http://www.transformationsjournal.org/journal/issue_18/article_05.shtml)

- Richardson, I. & Hjorth, L. (2014). *Gaming in Social, Locative and Mobile Media*. London: Palgrave Macmillan.
- Richardson, I. & Wilken, R. (2012). Parerga of the third screen: Mobile media, place, and presence. In Wilken, R. & Goggin, G. (Eds.), *Mobile technology and place*. New York, NY: Routledge
- Scolari, C. (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.
- Serres, M. (2013). *Pulgarcita. El mundo cambió tanto que los jóvenes deben reinventar todo: una manera de vivir juntos, instituciones, una manera de ser y conocer*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Silva Palacios, M. & da Cunha, R. (2012). A taticidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologías. *Contemporanea. Comunicacao e cultura*, 10(3), 668-685.
- van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Verhoeff, N. (2012). *Mobile Screens. The Visual Regime of Navigation*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

\*Contribución: 100% del trabajo pertenece al autor.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

#### IDENTIFICACIÓN DEL AUTOR

**Francisco Hernando Arri**. Magíster en Comunicación y Educación, Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), España, y Licenciado y Profesor en Periodismo, Universidad del Salvador (USAL), Argentina. Candidato a doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Austral (UA). Dirige el área de Educación en la Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social de la USAL, en donde es profesor titular de las cátedras de “Semiótica” y “Lingüística” en la carrera de Periodismo. Docente de grado en la Universidad de Ciencias Sociales y Empresariales (UCES), Argentina, y en la Universidad Abierta Interamericana (UAI), Argentina. Investigador del Instituto de Investigación en Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social de la USAL. Ha sido profesor invitado de la Universidad Nacional de Rosario (UNR), Argentina, y la Universidad Columbia, Paraguay. Su área de trabajo abarca los nuevos modos de lectura y navegación en *smartphones* y el análisis de la producción y circulación de mensajes y contenidos en el contexto de las nuevas mediatizaciones.

#### REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

Arri, F. (enero-junio, 2019). Leer con las manos. Una revisión sobre los estudios hápticos. *In Mediaciones de la Comunicación*, 14(1), 151-160

# MISCELÁNEAS



# Los públicos entre producción y recepción

Problemas para una teoría del reconocimiento

## Audiences between production and reception

Problems for a theory of recognition

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1.2891>

► ELISEO VERÓN<sup>1</sup> - DOCTOR DE ESTADO (EN LINGÜÍSTICA), UNIVERSITÉ PARIS-VIII, FRANCIA

ENERO - JUNIO 2019

163

INMEDIACIONES

### 1. DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN

En la actualidad, los estudios sobre los medios se encuentran, me parece, en una situación bastante confusa. Esta confusión es en buena parte el resultado de la reorientación de la investigación, desde hace una veintena de años, sobre los fenómenos de la recepción. Ahora bien, ¿cómo se hace para que esta reorientación, de la que podemos tener la sensación de que nos hará complicar aún más la cuestión de la circulación mediática, haya podido desembocar en un panorama crítico o, en todo caso, en un malestar generalizado?

La razón me parece bastante simple: los estudios sobre la recepción no han venido a terminar un recorrido cada vez más completo; la recepción no es el “eslabón perdido” de nuestra ciencia de los medios: lo poco que sabemos hoy de lo que se llama, de manera incierta, la *recepción*, nos devuelve la evidencia de que es preciso recomenzar todo. Esto no debe desalentarnos, por el contrario: es el signo de que estamos ya en el punto donde un mínimo de coherencia teórica global se revela necesario, y que nuestras “ciencias de la comunicación” pueden transformarse algún día, quién sabe, en ciencias.

La exigencia de coherencia teórica es una demanda interna en los procesos de la producción de conocimientos: la complejidad de la recepción mediática propone cuestiones que tienen

<sup>1</sup> Eliseo Verón (1935-2014). Nació en Buenos Aires, Argentina. Fue un destacado investigador en el campo de las ciencias sociales. Sus aportes a la semiótica, la comunicación, la psicología social y los estudios sobre mediatización aplicados a la política, a campañas institucionales y comerciales llevan décadas de aplicación y reconocimiento. Este artículo inédito fue escrito originalmente en francés, corresponde a una conferencia dictada por Verón en Arrabida, Portugal, en 2001, con el título: “Les publics entre production et réception: problèmes pour une théorie de la reconnaissance”. Terminó de escribirse en Buenos Aires, el 15 de agosto de 2001. La traducción fue realizada por el Dr. Gastón Cingolani, para material de la cátedra de Semiótica, Universidad de San Andrés (2005), y la cátedra Medios y Políticas de la Comunicación, Área Transdepartamental de Crítica de Artes, Universidad Nacional de las Artes (2018). Se aclara que el uso de comillas, las citas y el uso de la cursiva respeta el texto original. Además, se agregaron a pie de páginas algunas notas del editor cada vez que se necesitó hacer alguna precisión.

que ver con el conjunto de la circulación e invita a rever, por ejemplo, la noción misma de texto, *en la forma que fue construida, cuando no se interesaba particularmente en la recepción.*

No es la primera vez que nos encontramos en una situación de este tipo. La lucha por la importancia del mensaje mediático y su complejidad había sido conducida por los semiólogos, los pragmáticos y otros analistas del lenguaje y del discurso, a la luz de un reproche muy sentido: después de tantos años haciéndose preguntas sobre los “efectos” e los medios, valdría quizás más darse algunos modelos sobre los objetos que producirían dichos efectos. Los progresos aportados por las “ciencias del lenguaje y de la comunicación” nos han llevado pues a una conclusión inevitable: difícilmente podríamos continuar hablando de “efectos”. Hoy llevamos investigaciones sobre la recepción y cada uno sabe que se hacen preguntas cada vez más difíciles de responder: ¿estudiamos la recepción precisamente de qué y para quién?, ¿podemos continuar hablando de receptores, de públicos, de audiencias, como se ha hecho durante años?

Las situaciones históricas no se repiten, hoy estamos en verdad en una situación bastante más difícil que la anterior. La problemática de lo discursivo logró reemplazar la noción primitiva de “mensaje” ayudada por instrumentos conceptuales complejos y bien hechos, provistos por la semiótica y otras “ciencias del lenguaje y la comunicación”, porque estas herramientas habían sido fabricadas con fines completamente ajenos a los de la comprensión de los medios. En cambio, para bosquejar las investigaciones sobre la recepción, no tenemos otras herramientas que las que han sido puestas a punto por el sistema mismo que estudiamos: las nociones de público y de audiencia son nociones inseparables del funcionamiento de la maquinaria mediática.

Esta última observación me lleva a evocar otra fuente de dificultades actuales, que no depende de la historia de la investigación sobre los medios, sino de la historia de los medios mismos. Esta historia es corta, pero va cada vez más rápida; ahora bien, hay una crisis *en el interior del universo mediático.* Ésta afecta, precisamente, la articulación entre la oferta y la demanda: los conceptos y las herramientas de medición de la recepción, de las audiencias, de los públicos, están en crisis en la práctica de los productores. *En el momento mismo en el que la investigación sobre los medios avivaba su interés por la recepción, el campo mediático entraba en una zona de fuerte turbulencia.* Es ciertamente probable que haya un vínculo entre estos dos procesos, uno en el interior del campo de los medios, otro en el interior del campo universitario.

Receptores, públicos, audiencias: ¿Dónde están, quiénes son, cómo conceptualizarlos para identificarlos y comprenderlos mejor? Estas preguntas son las que se plantean hoy tanto los investigadores de los medios, como los grupos de marketing de un diario, de una revista, de una emisora radial, de un canal de televisión, de un sitio de Internet.

Para abordar la problemática de la recepción, me parece esencial ver un poco más claro en los vínculos entre estas dos historias, la de los medios y la de la investigación sobre los medios. Pero conviene, quizás, hacer previamente un rodeo por algunas preguntas, no históricas sino teóricas.

## 2. LOS INTERPRETANTES

Hace tiempo distinguí dos puntos de vista irreductibles sobre los procesos de producción de sentido, que dan lugar a los conceptos de *gramáticas de producción* y *gramáticas de reconocimiento* (Verón, 1988)<sup>2</sup>. El marco teórico era entonces el del análisis de los discursos, cercano a la problemática de una lingüística extendida. La distinción entre producción y reconocimiento buscaba instalar la hipótesis del carácter no lineal de la circulación discursiva, oponiéndose así tanto a la semiología de inspiración saussuriana como a la pragmática. Contra la semiología (europea, sobre todo) habría que afirmar pues que un texto no es analizable “en sí”; puede ser analizado, ya sea por relación con sus condiciones de producción, ya sea por relación con sus condiciones de reconocimiento, y estos dos tipos de análisis de un mismo texto (devenido en discurso a través del análisis) son cualitativamente diferentes. Contra la pragmática, fue preciso insistir sobre el hecho que, entre producción y reconocimiento, el sentido no es calculable (lo que expresamos diciendo que los procesos de comunicación son sistemas alejados del equilibrio). Si el concepto de intención de comunicación expresa sin duda el deseo de cálculo del actor de la comunicación, no puede en cambio satisfacer la investigación (Verón, 1988)<sup>3</sup>.

Este punto de vista es, en mi opinión, válido en todos los niveles de la comunicación humana, más o menos micro o macroscópico, mediatizados o no. La necesidad de afirmar el principio de la complejidad aparece quizás más claramente cuando nos ocupamos, por ejemplo, de los intercambios de la conversación. Esto es importante en relación a las investigaciones sobre la recepción, ya que cualquiera que sea la aproximación adoptada, la recepción de los medios que nos interesa aquí es siempre, en última instancia, un proceso semiótico *individualizado*<sup>4</sup>.

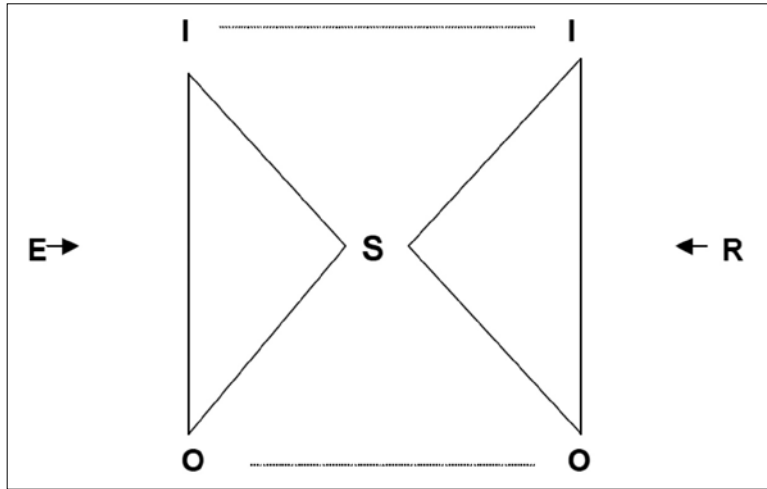
2 Nota del editor: Verón hace referencia, específicamente, a la “Primera Parte” de su libro *La sémiosis social. Fragments d'une théorie de la discursivité*, publicado en 1988.

3 Nota del editor: Verón hace referencia, específicamente, a la “Tercera Parte” de su libro *La sémiosis social. Fragments d'une théorie de la discursivité*, publicado en 1988.

4 Si el principio de la complejidad, involucrado en las relaciones entre producción y reconocimiento, me parece válido en todos los niveles de la comunicación, el carácter individual o colectivo de las reglas que componen las gramáticas (de producción o de reconocimiento) es, por el contrario, variable según los niveles. En el caso, históricamente clásico, de los “medios masivos”, las gramáticas de producción son colectivas y las de reconocimiento son individuales. En la circulación discursiva de la ciencia, por ejemplo, el dispositivo de las instituciones científicas está allí para asegurar el carácter colectivo de las gramáticas, tanto de la producción como del reconocimiento. O, si se prefiere, las reglas del conocimiento científico buscan neutralizar (en la medida de lo posible) las lógicas individuales, *institucionalizando las gramáticas de reconocimiento “aceptables”*. “Individual” no quiere decir aquí “psicológico” (Livingstone, 1990), pero ése es otro debate.

Desde el punto de vista propiamente semiótico, la teoría de Peirce puede ayudarnos a clarificar ciertos aspectos de la complejidad. Recordemos que la unidad mínima de proceso de producción de sentido, la semiosis, puede ser representada, siguiendo a Peirce, de la manera siguiente:

Gráfico 1



Fuente: elaboración del autor

La relación semiótica *mínima* entre un receptor y un emisor (nociones pre-teóricas) implica, por lo tanto, la articulación entre dos tríadas cuyo único elemento en común, a priori para el observador, es el signo o representamen (S) en su manifestación material, sensible. La relación (-----) entre los interpretantes (I) y los objetos (O) operando en E y en R es, para el observador, *problemática*. Este carácter problemático deriva de la no calculabilidad de la circulación y está en el origen de todas las dificultades en los estudios de la recepción.

Un discurso mediático dado, producido por E (un diario, un libro, una película, una emisión televisiva, etc.) es una red compleja de tríadas en todos los niveles de su organización, que es preciso insertar en una red todavía más compleja que yo llamo sus *condiciones de producción*. Al conjunto de reglas que unen al discurso con sus condiciones de producción lo llamo *gramática de producción*. En el caso de los medios, esta gramática remite a los dispositivos técnicos y organizaciones materiales en las instituciones.

Ahora bien, en lo que concierne a (R), el observador se reencuentra con un cierto número de individuos que han “recibido” el discurso en cuestión. Y no



sabe muy bien qué hacer con este conjunto. ¿Cómo conceptualizar los receptores? ¿En cuáles colectivos *ubicarlos*? En el contexto de la semiótica de Peirce, estas cuestiones tocan a la teoría de los interpretantes.

Podemos conceptualizar a los interpretantes como entidades semióticas abstractas, compuestas de lo que podemos llamar *colectivos*. Un colectivo es una entidad semiótica que implica la identificación y la categorización de una pluralidad de actores, y determina conjuntos de reglas operatorias (de producción o de interpretación) que el observador deberá reconstruir. El desfasaje entre los polos de la producción y el reconocimiento se expresa en la relación problemática entre nuestros (I) y nuestros (O) en el esquema de la unidad mínima de la producción de sentido. En todo proceso de comunicación hay, tanto en producción como en reconocimiento, un entrelazamiento de colectivos. De ahí el interés por distinguir entre *interpretante* y *colectivo*: un interpretante es un conjunto de colectivos articulados de una manera específica. Por ejemplo: “capital cultural compartido”, “escuela”, “conocimientos poseídos” e “institución televisión” son colectivos que se articulaban en las gramáticas de reconocimiento de las emisiones de divulgación científica hacia fines de los años 80<sup>5</sup>. Un punto esencial concierne a las propiedades que se le atribuyen a los colectivos, por ejemplo la distinción entre “públicos”, “casi-públicos” y “audiencias”, algo discutido por Daniel Dayan (2000)<sup>6</sup>.

Aquí, nos vamos a interesar en los interpretantes que han marcado, en producción, la historia de la televisión.

### 3. TRES ETAPAS

En el curso de los años 80 fueron formuladas las primeras hipótesis en relación con una periodización de la historia de la televisión. En Europa, la discusión había sido abierta por Umberto Eco, con su distinción entre “paleo-” y “neo-televisión” propuesta en 1983<sup>7</sup>. Algunos años más tarde, esta distinción fue retomada en Francia y dio lugar a un número de la revista *Communications* sobre las mutaciones de la televisión (Casetti & Odin, 1990). Aunque esta reflexión estaba marcada por la historia europea de una televisión de Estado, me parece que el esquema evolutivo diseñado en ese momento era válido también, con ciertos arreglos, para la historia de la televisión del gran público en general. Como siempre ocurre cuando se establecen grandes periodizaciones, esta evolución global, desde la instalación social de la televisión hasta fines de los años noventa, tuvo ritmos diferentes en diferentes regiones del mundo, y en ciertos momentos las tendencias de fondo se entrecruzaron y coexistieron.

<sup>5</sup> De Cheveigné & Veron (1994). Véase también: Fouquier & Veron (1986) y el número de la revista *Hermès* sobre ciencias y medios (de Cheveigné, 1997).

<sup>6</sup> Una interesante discusión sobre la historia filosófica de los colectivos se encuentra en Descombes (1992).

<sup>7</sup> Texto publicado en francés, en Eco (1985).

He insistido en otra parte sobre lo que, desde mi punto de vista, es la característica central del vínculo instaurado por la televisión en las sociedades modernas: la televisión de gran público es un medio construido alrededor del contacto a través de la relación de mirada, es decir, un medio predominantemente indicial<sup>8</sup>.

En la discusión que acabo de evocar sobre las etapas de la televisión, esta relación de contacto, que es del dominio de la secundariedad de Peirce y que es el *lazo fundador* de la televisión de gran público desde su origen, ha sido tomada por Eco (erróneamente en mi opinión) como una característica de la “neo-televisión”. Casetti y Odin hacen referencia por su lado a la noción de contrato de comunicación, pero la interpretan como una característica de la “paleo-televisión”, lo que me parece una suerte de error inverso y complementario del de Eco. Afirmar como ellos que la “neo-televisión” no implica contrato de comunicación es en mi opinión un contrasentido (Casetti & Odin, 1990). Lo que permite diferenciar las etapas de la historia de la televisión de gran público son los interpretantes que caracterizan los contratos de comunicación, y no el lazo estructural, que pasa siempre por el contacto indicial.

Mi presentación de las dos primeras etapas históricas de la televisión de gran público sería, por las razones indicadas, un poco diferente de la implicada en las discusiones a propósito de la “paleo-” y la “neo-televisión”. Yo me limitaré aquí a evocar rápidamente las características de estas etapas desde el punto de vista de la *historia de los interpretantes*. No utilizo los términos de “paleo” y “neo”; esto será sólo en razón del hecho de que entramos actualmente en una tercera fase y que, en consecuencia, una simple dicotomía no sería adecuada, salvo para volver a caer en el error cometido a propósito de la modernidad, denominando a tal noción *post*.

En la fase inicial, que se extiende desde la instalación de la televisión en el tejido social, a partir de los años 50 hasta fines de los años 70 (con las reservas del caso respecto de las diferencias de ritmos en los diferentes países y la imbricación entre características de la primera y de la segunda etapas), el *contexto socio-institucional* y *extra-televisivo* proveían el interpretante fundamental. El contrato de comunicación no era un contrato de transparencia (ya que dominaba el pedagógico complementario, según el concepto batesoniano; véase a Bateson, 1972), sino que la metáfora más clara de la televisión de gran público de este periodo es la de una “ventana” que se abría hacia el mundo exterior, aunque este mundo (el objeto dinámico de esta primera televisión) era rigurosamente construido *a partir de una localización nacional*. Es esta la razón por la cual, desde este punto de vista, el rol histórico de esta televisión ha estado en el mismo conjunto, tanto bajo el régimen de monopolio del Estado en Europa, como bajo el régimen privado en los Estados Unidos. En un caso como en el otro, el interpretante central es el Estado-nación, en un sentido a la vez político

<sup>8</sup> Véase al respecto: Verón (1983). Varios de estos trabajos fueron reunidos en español, en Verón (2001).

y cultural. La publicidad, compañera esencial en el cuadro de este contrato, probablemente aceleró el proceso en los Estados Unidos comparativamente con Europa, teniendo en cuenta el hecho de que el discurso publicitario implica dimensiones que van mucho más allá de la lógica del marketing de consumo (Verón, 1994). En todo caso, lo que volvió posible (y enormemente eficaz) este contrato de comunicación fue *la rareza de la oferta*.

Al interpretante-nación en producción corresponde un interpretante-ciudadano en recepción. *Estos colectivos televisivos no son políticos*, pertenecen a un contrato de comunicación, aunque los *colectivos formales* del dispositivo de la democracia no son colectivos de comunicación<sup>9</sup>. Es verdad que en esta primera fase el colectivo comunicacional de los “ciudadanos-telespectadores” y el colectivo formal de los *ciudadanos* tienden empíricamente a superponerse. Desde entonces, no hacen más que separarse, disociarse progresivamente, cada vez más.

Los años 80 fueron, en buena parte, un periodo de transición entre la primera y la segunda fase. Probablemente la transición fue más “natural” en los Estados Unidos, mientras que en Europa ha implicado la desestructuración de la televisión de Estado y el comienzo del pasaje a lo privado, lo que ciertamente no facilitó las cosas. Durante estos años de transición comienza, pero de una manera todavía tímida, una multiplicación y una diversificación de la oferta a través de los inicios del cable, con una Europa muy atrasada al respecto.

Esta segunda fase es cuando *la televisión misma*, siempre en el marco del lazo indicial estructural que caracterizó desde el origen al dispositivo de base, *deviene la institución-interpretante*. Se comprende fácilmente que esta focalización en el medio en tanto institución ha sido menos conflictiva en el contexto de la televisión comercial de los Estados Unidos que en el contexto europeo, donde esta transformación implicaba una pérdida importante del territorio del espacio público del Estado. Esto explica quizás que a los ojos de ciertos investigadores europeos, como acabo de recordar, esta nueva televisión haya podido aparecer como una televisión sin contrato de comunicación (Casetti & Odin, 1990). *Grosso modo*, esta segunda fase se extiende hasta fin del siglo XX (y del milenio). La evolución de las formas del discurso corresponde a esta transformación sobre el plano del interpretante: “interiorización” del espacio de los noticieros televisivos, que yo había estudiado en esa época<sup>10</sup>, surgimiento de programas de juegos y de *talk-shows* ya subrayado por Eco; aparición de formas “cortas” en la programación, acelerada por la generalización del videoclip como unidad retórica, etc.<sup>11</sup> Una de las consecuencias importantes de esta *toma-a-cargo* de la institución televisiva por sí misma ha sido la creciente visibilidad de las estrategias enunciativas.

9 Sobre este punto, véase: Verón (2001).

10 Véase: Veron (1981; 1983).

11 Se encontrará una discusión sobre esta evolución de las formas a propósito de los programas de divulgación científica en de Cheveigné & Verón (1994).

La multiplicación y la diversificación de la oferta (paso de algunas cadenas hertzianas a más de una centena de señales de cable) es sólo el aspecto técnico de la transformación semiótica del lazo entre la oferta y la demanda. Esta transformación ha suscitado el interés por la noción de *flujo*. Sin embargo, esta noción debe, en mi opinión, ser discutida, ya que en su *forma histórica* el zapping como estrategia de recepción ha sido una estrategia de adaptación a la multiplicación de la oferta; es decir, una estrategia de transición. En todo caso, lo esencial de la segunda fase es que la televisión de gran público está definitivamente separada de lo político y que la institución televisión ha suministrado ella misma el núcleo del interpretante en producción.

La primera fase corresponde a una fuerte convergencia entre la oferta y la demanda, tanto sobre el mercado del consumo en general como sobre el mercado de los discursos mediáticos en particular. En el transcurso de los años 80 aparecieron síntomas que anunciaban el comienzo de una divergencia. Esta divergencia devino cada vez más fuerte en el curso de los años 90.

La transición de un siglo a otro, y entonces el paso al tercer milenio, comporta el comienzo de una tercera etapa en la historia de la televisión de gran público. Desde el punto de vista de las estrategias enunciativas (es decir, desde el punto de vista de la producción) el interpretante que domina en esta tercera etapa consiste *en una configuración compleja de colectivos definidos como exteriores a la institución televisión, pero atribuidos al mundo no mediatizado del destinatario*.

Podemos formular la hipótesis de que esta tercera etapa en la historia de la televisión masiva será la última: esta tercera etapa anunciaría entonces el fin de la televisión de gran público como fenómeno propiamente histórico. La designación *televisión de gran público*, que es la que yo prefiero, indica bien la especie que estaría en vías de desaparición: esto habría sido inseparable de una relativa escasez de la oferta y, por consiguiente, de una activación de las grandes audiencias. Dicho eso, la historia de los medios muestra que ningún medio desaparece; cada medio, que se vuelve así un “viejo” medio, pasa entonces a integrarse en una nueva configuración de uso. Formas antiguas persisten, resignificadas en un nuevo contexto.

Sabemos que la prospectiva es siempre un ejercicio peligroso. Sin embargo, no pienso que la hipótesis sobre el fin de la televisión de gran público sea absurda; yo la encuentro, al contrario, plausible. En todo caso, tratamos en principio, de precisar ciertas características de esta tercera etapa, que aparecen de una manera particularmente clara a través del fenómeno reciente de los reality-shows.

Los reality-shows representan bastante bien el comienzo de la tercera etapa (ya sea la última en fecha o la última en todo sentido) de la televisión de gran público, con audiencias desmesuradas que pueden, sin duda, ser consideradas como parte de una historia pasada. Pero esta tercera etapa merece un capítulo aparte.

#### 4. LOS REALITY-SHOWS O LA MEDIATIZACIÓN TEMATIZADA

Abordar la temática de los reality-shows es un asunto delicado, dada la importancia mundial del fenómeno y la vivacidad de las reacciones que provocó. La investigación sobre este nuevo producto está todavía en sus comienzos, pero no tardará: este será sin duda un caso típico en el que la agenda mediática afecta directamente la agenda de los investigadores, y no hay nada de malo en ello. Dejaré de lado las polémicas, extremadamente vigorosas, que me parece han confirmado (¡una última vez!) la incompatibilidad histórica entre el objeto televisión y la cultura tradicional de los intelectuales, aunque fuesen ellos pos-modernos, incompatibilidad que es, a justo título, uno de los temas preferidos de Dominique Wolton (1990).

Las consideraciones que siguen deben ser tomadas a título de materia de debate. Descansan, por un lado, sobre análisis fragmentarios en producción, efectuados a partir de las superficies discursivas de ciertas variantes de este producto salido al mercado en varios países (especialmente *Expedición Robinson* y *Big Brother*)<sup>12</sup>. Por otro lado, sobre una experiencia directa de observaciones del dispositivo técnico y de reuniones de trabajo con el equipo de producción de la versión argentina de *Big Brother*<sup>13</sup>. Todo esto no va más lejos que el cuaderno de notas de un antropólogo que ha pasado algunos meses en la sociedad que le interesa, salvo que en este caso particular la noción de observación participante es tal, ya que tuve la oportunidad de intervenir en las emisiones del debate que formaron parte de la programación del *Gran Hermano* argentino, y por lo tanto de discutir en la misma oportunidad con algunos participantes que habían dejado la casa. Al mismo tiempo, para los que se interesan en la última fase de la mediatización que atravesamos actualmente, la riqueza del material suministrado por todos los aspectos de la producción de los reality-shows es, sin exagerar, agobiante. Mis notas son, por consiguiente, apenas algunos fragmentos de hipótesis sobre la cuestión. En todo caso, nosotros, los investigadores, tenemos trabajo para rato en los años venideros.

Como la mayor parte de los productos que marcaron la historia de la televisión de gran público, el reality-show es un híbrido, un cruzamiento particular de muchos componentes, cuya consideración de cada uno en sí mismo no presenta nada nuevo. Es la combinación de estos componentes, en particular en ciertas variantes del género, que constituye un síntoma ejemplar del cambio de “paradigma”.

Es preciso ante todo desembarazarnos de una problemática, la concerniente a la distinción entre ficción y no-ficción. En la óptica inicial de Eco, la frontera entre ficción y realidad estaría claramente trazada en el caso de la

12 *Expedición Robinson* es el nombre argentino de *Survivors*, denominado en Francia *Les aventuriers de Ko Lanta*, y *No limite* en Brasil. *Big Brother* ha sido traducido de ese modo en la mayoría de los países, salvo en Francia, donde devino *Loft Story* con muchas modificaciones con respecto al producto original.

13 Agradezco profundamente a este equipo, cuya cordialidad y apertura han sido notables.

“paleo-televisión”, pero aparecería imprecisa y tendería a desaparecer en la “neo-televisión” (el borramiento de esta distinción es de hecho para él uno de los índices de pasaje de una televisión a otra) (Eco, 1985). Otros autores han insistido sobre este punto, inclusive yo mismo, a propósito de ciertas características de la telenovela latinoamericana, que sería, sin embargo, un producto típico de la primera fase (Verón, 1978; 2001). La discusión sobre la frontera entre “ficción” y *realidad* ha estado en todo caso reactivada a propósito de los reality-shows, y está claro que el nombre que la institución televisión misma le ha dado a este producto es toda una invitación. Yo creo, sin embargo, que tal discusión no es pertinente para comprender los reality-shows en el contexto de la historia de la televisión y que tiende en todo caso a complicar las pistas<sup>14</sup>.

En el contexto de la investigación de los discursos mediáticos, la distinción entre “ficción” y “no-ficción” hace surgir problemas muy complejos que sobrepasan ampliamente el marco de este trabajo. Yo me limitaré aquí a dos observaciones, una teórica, otra específica al producto en cuestión. Desde el punto de vista teórico, la distinción entre “ficción” y “no-ficción” se sitúa en el plano de los meta-operadores enunciativos y no sobre el plano de las características de la construcción discursiva. La distinción es, por así decirlo, del orden de los paréntesis y no del orden del contenido de los paréntesis. Una misma estructura discursiva podrá así estar modalizada como ficcional o como no ficcional según el caso: (Discurso X)E, (Discurso X)NF. Dicho de otro modo, incluso: desde el punto de vista semiótico, eso que llamamos “realidad” está tan construido (o si deseamos, tan *puesto en escena*) como lo que le oponemos como “ficcional”: puesta en escena y puesta en sentido son sinónimos (Verón, 1989).

En lo que respecta específicamente a los reality-shows, esta denominación es un hecho institucional: la televisión designa como *real* todo lo que no forma parte de su territorio, todo esto que le es exterior (tanto la actualidad sobre la cual ella nos informa, como cualquier individuo que ella “convoca” a su territorio). Así, los telespectadores escogidos para participar en un programa de juegos fueron “extraídos” de la “realidad”, tanto como los hombres y las mujeres que fueron encerrados en la casa de *Gran Hermano* (o en el *Loft* de la versión francesa), o el especialista convocado por la institución para una entrevista. Esto puede parecer sorprendente, pero la institución televisión, que es construida en su autonomía en el curso de la segunda fase de su historia, designa como *real* todo aquello que no es ella misma. Esto explica, sin más, la designación que se ha impuesto globalmente: “reality” designa lo que la institución extrae del territorio que le es exterior; “show” designa lo que se hace con ello. En lo que sigue, sólo utilizaré el término “realidad” en este sentido específico que no se opone de ningún modo a la ficción, sino a la institución televisiva.

<sup>14</sup> El último trabajo de François Jost (2001) es un ejemplo de aplicación de la problemática realidad/ficción al análisis de productos televisivos que representan, desde mi punto de vista, la segunda fase de la televisión para el gran público. El libro de Jost no refiere a los reality shows que me interesan aquí, pese a que menciona en la conclusión a *Big Brother*.

Se puede objetar que la televisión de gran público ha escogido fragmentos de la realidad desde que existe; se puede incluso sostener que esta selección era justamente más importante en el contrato de comunicación de la “paleo-” que en la “neo-televisión”. Esto es sin duda verdad. Pero la característica fundamental de esta tercera etapa, como ya lo he sugerido, se sitúa en el plano de la estrategia enunciativa dominante, más específicamente en el plano del interpretante: en esta tercera fase, lo *real* seleccionado no se sitúa solamente en el nivel de lo enunciado, sino, y sobre todo, en el nivel de la enunciación. *Esto que viene a tematizar la diferencia misma entre el interpretante del enunciador y el interpretante del destinatario.* De manera más sintética (y en parte menos precisa) podríamos decir que el reality-show, en su forma propia, *es una puesta en escena de la diferencia entre la televisión y la vida cotidiana.* En otros términos, por primera vez en su historia la televisión pone en escena el proceso de mediatización del cual es la fuente y el principal actor. Se me concederá que este fenómeno es, por sí solo, interesante.

Hay que abordar el conjunto de reglas que definen el formato del género. Algunas de estas reglas están implícitas (aquellas que rigen el casting, por ejemplo) y deberán ser reconstruidas a partir de los resultados, es decir, a partir de los análisis detallados de las superficies discursivas mismas, comparando las diferentes versiones de un mismo producto. Mis propias observaciones me indican que hay, por ejemplo, variaciones importantes en los criterios que conducen la selección de los participantes en los diferentes países. Un cierto número de reglas relativas al comportamiento de los participantes son, por el contrario, explícitas, y definen las condiciones de funcionamiento interno del grupo. Estas reglas explícitas reenvían a un género clásico de la historia de la televisión de gran público: el programa de juegos. La noción de “juego” es aquí naturalmente muy importante, porque ella nos libera de la dicotomía ficción/no-ficción. Podemos decir, que *Survivors* es una especie de *Fort Boyard* en episodios. La fórmula (juego + contexto exótico = alejamiento del contexto cotidiano) no es nueva. Desde el punto de vista que me interesa aquí, la fórmula de *Survivors* es una paleo-forma de la tercera fase: el exotismo modifica el estatuto de los elementos seleccionados de la realidad, y el rodaje del grupo antes de su difusión vuelve imposible la participación del público, que se vuelve en *Gran Hermano* y en *El Bar* un componente fundamental del formato.

Las reglas explícitas del funcionamiento interno son esenciales, porque organizan el nivel de lo enunciado: los participantes fueron elegidos de la realidad y constituyen así la materia, la sustancia cotidiana, del formato. Las reglas de funcionamiento interno proveen el marco en el que un relato podrá estructurarse y los acontecimientos narrativos podrán producirse. Estas reglas, por supuesto, no son solamente reglas escritas que constituyen una suerte de “reglamento” para los ocupantes de los lugares (hay al menos un caso de expulsión, en España, por trasgresión grave a este reglamento). La estructuración

de los espacios contiene otros conjuntos de reglas fundamentales. En el caso de *Gran Hermano*, reenvía a la noción de *casa* y a la configuración de valores y de rutinas urbanas que esta noción implica. Las nociones de *campamento* en el caso de *Survivors*, de *Bar* como lugar de consumo y de socialización, de *Loft*, en la versión francesa de *Gran Hermano*, son variantes de la estructuración espacial, que activan otras trayectorias semióticas.

La zona de incertidumbre narrativa, que nutre el relato y que es a mi modo de ver uno de los aspectos enunciativos fundamentales que explican el éxito del producto, corresponde a las estrategias que serán activadas en el desenvolvimiento del juego. En el caso de *Big Brothery* de *El Bar*, la intervención en tiempo real del voto del público en la elección de los que, entre los participantes, semana tras semana, deberán abandonar la casa, produce un desdoblamiento de esta zona de incertidumbre y por consiguiente un desdoblamiento de los espacios estratégicos. El juego se vuelve así mucho más complejo que en *Survivors*, ya que se abre la dimensión interactiva de relación con la audiencia. Ahora bien, los dos espacios estratégicos que cada participante debe afrontar (el de la estrategia interna en el grupo y el de la relación externa con la audiencia), no son necesariamente coherentes entre sí: un “golpe” táctico que pueda juzgarse eficaz en lo interno, puede revelarse negativo a los ojos de la audiencia y viceversa. Como cada nivel de estrategia da lugar a un voto separado e independiente, este cruce de situaciones estratégicas es uno de los aspectos más interesantes del formato *Big Brother*.

Por otro lado, la situación estratégica global evoluciona en el tiempo y cada participante debe afrontar, a lo largo del desarrollo narrativo, situaciones nuevas. La evolución de esta situación estratégica global está determinada por muchos factores: la disminución del número de participantes, con la desaparición de las posiciones estratégicas representadas por aquellos que se van, y la consecuente reorganización de la configuración de los lugares; el acrecentamiento de la familiaridad de la audiencia con la personalidad de cada participante que permanece en la casa, y por lo tanto la evolución de los criterios implícitos de voto a lo largo de las semanas; la modificación de las estrategias de presentación-de-sí de cada participante frente a los cambios que resultan de los dos factores precedentes; la modificación de las estrategias de cada participante frente a estas modificaciones de las estrategias de presentación de sí mismo de sus compañeros, y así sucesivamente, en un crecimiento de *feed-backs* de interacciones internos al grupo, por un lado, y relativas a las hipótesis de cada participante sobre la mirada de la audiencia, hechas a partir de resultados de elecciones precedentes, por otro lado. El enmarañamiento de las hipótesis estratégicas se vuelve así cada vez más complejo en lo largo de las semanas. Esta complejidad creciente es cada vez más difícil de dominar por los participantes que tienen éxito en extender su estadía en la casa, particularmente en el caso de la versión original de *Big Brother*, que se prolongó durante 120 días.



El reality-show a la manera de *Big Brother* es un modelo reducido fascinante del engranzamiento indescifrable de las estrategias de los actores en el funcionamiento, en el seno de la realidad social cotidiana, del lazo social, a fin de someterlo a la evaluación externa de la audiencia. Esta configuración de operaciones enunciativas contenidas en el enunciado narrativo, extraídas de lo “real” social cotidiano no mediatizado, es en mi opinión una de las claves del enorme impacto de este nuevo género. La fascinación que puede ejercer la encontré expresada en un solo caso, el único, en mi conocimiento, en que los medios franceses se permitieron filtrarse en la opinión pública:

El suspenso es fantástico, toda la paleta de los sentimientos humanos se expresa ahí: la cólera, los celos, el odio, la amistad, la hipocresía. Cosa alucinante, las mamás de los candidatos están muy presentes en el estudio. (...) Hay que asombrarse que una noche en el dormitorio, los candidatos han rivalizado con bromas procaces... “mi madre, es...”. Los jóvenes no son víctima de nada, gracias “Loft Story” por la lección de humanidad (Gavi, 2001, s/r).<sup>15</sup>

La *relación* entre el espacio estratégico interno (que lleva a las nominaciones en el grupo de los participantes) y el espacio estratégico externo, relativo al impacto de las alternativas del relato sobre la audiencia que será también ella llevada a votar, hace de *Big Brother* la variante del reality-show que pone en escena de la manera más clara un proceso de mediatización de la realidad extra-mediática cotidiana donde están sumergidos los receptores. Estos últimos no están contruidos como colectivos de telespectadores-ciudadanos de la primera fase, ni como el colectivo de espectadores-consumidores de la institución televisión misma, característica de la segunda fase. En la tercera fase que nos interesa aquí, el enunciadador-televisión desata el colectivo propuesto al destinatario de la institución televisión, para unirlo al receptor: el reality-show pone en escena una semiótica del lazo social cotidiano, extra-mediático, y provoca de un mismo golpe, la cuestión capital de la relación entre este lazo no mediático y el discurso de los medios, en particular (pero no solamente) el de la televisión.

## 5. RUPTURAS DE ESCALA

Los reality-shows tematizan la semiosis de lo cotidiano operando su mediatización. De este hecho, ponen delante de la escena el aspecto fundamental de la mediatización televisiva: la de la transformación de los regímenes indicial e icónico de la comunicación interpersonal. Esta transformación comporta

<sup>15</sup> La revista *Nouvel Observateur*, donde fue publicado el texto de Gavi, no deja de señalar, en su introducción, que el artículo “va a contracorriente de la indignación que levantó la emisión de M6”. Dadas las tazas de audiencia que *Big Brother* tuvo también en Francia, podemos preguntar qué es “a contracorriente”. Por supuesto, el parámetro cuantitativo de las opiniones no autoriza a ninguna conclusión sobre la validez de sus contenidos. Parafraseando la cita, podría decirse: En Argentina, toda la familia está ahí: las madres, los padres, las hermanas, los hermanos.

operaciones de cambio de escala. Cuando el gesto del hombre que toma a su amada entre sus brazos y le murmura al oído palabras de amor, es seguido en gran plano por millones de personas, hay lo que yo llamo *ruptura de escala*. Los medios, cada uno a su manera, no son más que dispositivos de cambio de escala. La televisión masiva es el soporte mediático que se *define* por una ruptura de escala que concierne, no al orden de lo tercero como en la prensa escrita, sino al orden de lo icónico en el enunciado y de lo indicial en la enunciación: esto se constituye históricamente en la *relación* de mirada: el eje Y-Y; “los ojos en los ojos” (Verón, 1983). Los reality shows redondean la puesta en visibilidad del dispositivo enunciativo de mediatización de la televisión de gran público, incorporando a la estructuración del producto el único componente que le faltaba: los interpretantes de los receptores, bajo la forma de la puesta en relato de la semiosis de lo cotidiano.

En los buenos viejos tiempos de la convergencia, el “modo de entrada” en el universo de los lectorados y de la audiencia era el del clásico y consagrado perfil socio-económico-demográfico: diferencias de edad, categoría socio-profesional, nivel de educación, nivel de ingresos, sexo, composición del grupo familiar, zona de residencia. Las variables “objetivas” componían los *clusters* con un poder predictivo considerable respecto de las “prácticas culturales”, de las prácticas de consumo, de los gustos y preferencias. Es esta articulación fuerte entre variables “objetivas” y “subjetivas” (o, si se prefiere, entre perfil socioeconómico y “estilos de vida”) la que permitió a Pierre Bourdieu construir su sociología del gusto. Estos colectivos serían, por supuesto, del tipo de lo que Daniel Dayan llama “audiencias”, colectivos, como él dice, contruidos por terceros en la intención de otros terceros (Dayan, 2000).

A lo largo de los años noventa, estos colectivos han perdido progresivamente una buena parte de su poder predictivo. Las asociaciones entre variables no han desaparecido del todo; digamos que han devenido mucho más débiles y también menos estables. En lo que concierne al mercado de los medios en particular, podemos describir esta evolución de la manera siguiente: el hecho de que dos individuos hoy lean la misma revista, escuchen la misma radio o miren regularmente el mismo programa de televisión, nos dice muchas menos cosas sobre otros atributos de estos dos individuos que hace veinte años; dicho de otra manera: ellos tienen muchas menos cosas en común que hace veinte años. Ellos tienen muchas menos cosas en común *que sepamos medir o de las que sabríamos teorizar*: un nivel de incertidumbre no es jamás “en sí”, se define en relación con observaciones específicas. No es, entonces, que hay un desorden creciente; son nuestras variables las que fallan. Las lógicas del lazo social no se hacen (o no se hacen más) allí donde nosotros las buscamos.

Yo veo hoy mis viejas “gramáticas de reconocimiento” como un esfuerzo por delinear los espacios de *otras* lógicas que las que se podían identificar, de forma fragmentaria, con los perfiles socioeconómico mencionados, y más

tarde con los “estilos de vida”. Estas gramáticas son configuraciones de operaciones semióticas activadas en la producción de sentido que es la “recepción” de un discurso mediático determinado.

En el marco de una investigación dada en recepción, esta activación es forzosamente fragmentaria: el habla individual que recogemos en nuestros trabajos de campo (única puerta de entrada a los estudios de las gramáticas de reconocimiento) sobrepasa por lejos el discurso específico (tal programa o tal tipo de programa) cuya “recepción” demostrada nos sirve de nuestra referencia. La teoría nos dice, me parece, que una de las dimensiones fundamentales en la articulación entre producción y reconocimiento pasa por la articulación de los interpretantes y, en el caso de la televisión, en situación de ruptura de escala.

\*\*\*\*\*

He aquí un conjunto de hipótesis que me parece esencial movilizar hoy en la investigación sobre la televisión. Trabajando sobre la recepción de tal o cual producto, la investigación ha abordado hasta ahora, para decirlo en palabras de Peirce, el objeto inmediato. Pienso que esto ha sido natural y que no podíamos hacerlo de otro modo. El momento ha llegado, me parece, de hacernos preguntas sobre el objeto dinámico, pero reclama hipótesis de rango completamente diferente.

Sin embargo, el alcance más grande de nuestras hipótesis no debe hacernos perder de vista la especificidad del dispositivo tecnológico. Yo he señalado uno de los aspectos, en mi opinión fundamental, de este dispositivo en el caso de la televisión; a saber, los fenómenos de ruptura de escala. Un sólo ejemplo alcanzará, quizás, para sugerir su importancia.

Estos últimos años hubo numerosas discusiones en torno a la cuestión del espacio público. En el caso particular de la televisión, ha dado, entre otras cosas, reflexiones sobre las fronteras entre lo privado y lo público, y hemos señalado en muchas oportunidades la irrupción de la intimidad en el espacio público, a propósito de la televisión en particular. Ahora bien, la problemática público/privado reenvía a un dispositivo de ruptura de escala. Es un hecho que el espacio público de la democracia estuvo conceptualizado históricamente a partir del modelo escritural. Ahora bien, el proceso de mediatización introdujo progresivamente en la “esfera pública”, los otros dos registros de la semiosis: la primeridad y la secundidad. Esto no es, por consiguiente, un problema de oposición entre la intimidad del individuo y la publicidad asociada al colectivo de los ciudadanos. Los medios han “completado”, por así decirlo, la semiosis del espacio público. Que este hecho hace problema respecto de un sistema político instituido en su origen a partir de la semiosis escritural, no quedan dudas. Este problema depende

del hecho que constatamos que los medios han hecho que la semiosis del espacio público esté hoy tan “equipada”, desde el punto de vista semiótico, como el actor individual.

Ésta es la primera lección que yo retengo del fenómeno de los reality-shows, y en particular de *Big Brother*. La televisión está progresivamente compuesta por las tres dimensiones de la semiosis, respecto del espacio público. En principio, de su terceridad, es decir de sus leyes y reglas; luego de su secundidad, de sus hechos (la llamaremos su economía). ¿Y ahora qué es de la primeridad? ¿Qué es de la democracia de los sentimientos?

Desde mi punto de vista, no se trata en adelante de estudiar mejor la recepción; se trata más bien de ponernos a estudiar, en fin, la semiosis de este fenómeno históricamente crucial que ha sido la televisión de gran público.

Buenos Aires, el 15 de agosto de 2001

## REFERENCIAS

- Bateson, G. (1972). *Steps to an Ecology of Mind*. New York, US: Chandler Publishing Co.
- Casetti, F. & Odin, R. (comp.) (1990). Télévisions mutations. *Communications*, 51, 9-26.
- Dayan, D. (2000). Télévision. Le presque-public. *Réseaux*, 100, 427-456.
- Descombes, V. (1992). Les individus collectifs. En *Philosophie et Anthropologie* (pp. 57-93). Paris, France: Editions du Centre Georges Pompidou.
- De Cheveigné, Z. & Verón, E. (1994). *Formes et lectures de la vulgarisation scientifique à la télévision*. Rapport final au Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche (inédit).
- De Cheveigné, S. (coordonné) (1997). Sciences et médias. *Hermès*, 21. Recuperado de: <http://documents.irevues.inist.fr/handle/2042/14795>
- Eco, U. (1985). *La guerre du Faux*. Paris, France: Grasset.
- Fouquier, E. & Verón, E. (1986). *Les spectacles scientifiques télévisés. Figures de la production et de la réception*. Paris, France: Ministère de la Culture-La Documentation Française.
- Gavi, P. (mayo de 2001). TélObsCinéma. *Nouvel Observateur*, 1907, s/r.
- Jost, F. (2001). *La télévision du quotidien. Entre réalité et fiction*. Paris, France: INA-De Boeck Université.
- Lacalle, C. (2001). *El espectador televisivo. Los programas de entretenimientos*. Barcelona: Gedisa.

Livingstone, S. (1990). *Making Sense of Television. The Psychology of Audience Interpretation*. London, UK: Routledge.

Lochard, G. & Soulages, J-C. (1998). *La communication télévisuelle*. Paris: Armand Collin.

Verón, E. (1978). *Récit télévisuel et imaginaire social*. Torino, Italia: ERI Edizioni RAI.

Verón, E. (1981). *Construire l'événement*. Paris: Editions de Minuit.

Verón, E. (1983). Il est là, je le vois, il me parle. *Communications*, 38, 98-120.

Verón, E. (1988). *La sémosis sociale. Fragments d'une théorie de la discursivité*. Paris, France: Presses Universitaires de Vincennes.

Verón, E. (1989). Télévision et démocratie: à propos du statut de la mise en scène. *Mots*, 20, 75-90.

Verón, E. (1994). La publicité ou les mystères de la réception. *Mscope*, 8, 120-125.

Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Bogotá-Buenos Aires: Norma.

Wolton, D. (1990). *Eloge du grand public. Une théorie critique de la télévision*. Paris, France: Flammarion.

\*Contribución: 100% del trabajo pertenece al autor.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

#### IDENTIFICACIÓN DEL AUTOR

**Eliseo Verón** (1935-2014). Fue profesor e investigador en ciencias sociales. Formado en Filosofía de la Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina, prosiguió sus estudios en el laboratorio de Lévi-Strauss en el Collège de France, a comienzos de la década de 1960. Participó de la creación de la carrera de sociología en la UBA, fue investigador por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y director de investigaciones del Instituto Di Tella. También fue cofundador de la Asociación Argentina de Semiótica y de la revista *LENGUAs*. En la década de 1970 se radicó en Francia, donde trabajó en diferentes universidades y también en el sector privado como consultor comunicacional. Allí desarrolló múltiples proyectos que fueron aporte también para sus teorías. En 1985 obtuvo su diploma de Doctor de Estado (en lingüística) en la Universidad de París-VIII. En 1996 regresó definitivamente a Argentina, donde creó dos maestrías y una carrera de comunicación. En 2006 recibió el premio Konex y el doctorado honoris causa de la Universidad Nacional de Rosario (UNR), Argentina. Publicó una veintena de libros (entre ellos: *Conducta, estructura y comunicación*, 1968, 1972; *La semiosis social*, 1988; *Fragments de un tejido*, 2004; *La semiosis social*, 2, 2013) y más de cien artículos científicos.

#### REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

Verón, E. (enero-junio, 2019). Los públicos entre producción y recepción. Problemas para una teoría del reconocimiento. *InMediaciones de la Comunicación*, 14(1), 163-179



# ¿El fin de las mediaciones?

## El rechazo de la deferencia en el espacio público contemporáneo<sup>1</sup>

### The end of mediations?

#### The rejection of deference in the contemporary public sphere

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1.2892>

#### ► LAURENCE KAUFMANN

laurence.kaufmann@unil.ch - Faculté des Sciences Sociales et Politiques, Université de Lausanne, Suiza.

Fecha de recepción: 28 de marzo de 2019

Fecha de aceptación: 2 de mayo de 2019

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4286-3683>

#### RESUMEN

Las representaciones políticas y las mediaciones institucionales son ontológicamente necesarias para constituir las comunidades imaginadas que son las sociedades modernas. El problema es que las mediaciones públicas, que son necesarias para construir un mundo común que separe y relacione a los individuos que lo componen, se están convirtiendo cada vez más en sinónimo de engaño y alejamiento. El sueño de acceder a los hechos sin ningún aparato de representación y el anhelo de presencia e inmediatez y sus contrapartes negativas, el miedo a la distancia y el engaño le otorgan a la deferencia y a las mediaciones con una valencia negativa. Este rechazo a la representación y la deferencia es uno de los principales puntos en común entre el movimiento "hacktivista" Anonymous y al tipo de liderazgo que encarna Donald Trump. Al hacerlo, ambos ponen en peligro la construc-

ción democrática de un mundo común entre extraños y erosionan la estructura pluralista de la esfera pública.

**PALABRAS CLAVE:** *esfera pública, deferencia, representación, Anonymous, Trump.*

#### ABSTRACT

Political representations and institutional mediations are ontologically necessary for constituting the imagined communities that modern societies are. The problem is that public mediations, which are necessary to build a common world that both separates and relates the individuals that compose it, are becoming increasingly synonymous with deception and estrangement. The dream of accessing facts without any apparatus of representation and the longing for presence and immediacy and its negative counterparts, the fear of distance and deception, endow deference and mediations with a negative valence. This rejection of representation and deference is one of the main commonalities between the "hacktivist" movement Anonymous and the populist form of Donald Trump's leadership. In doing so, they endanger the democratic construction of a common world between strangers and erode the pluralist structure of the public sphere.

**KEYWORDS:** *public sphere, deference, representation, Anonymous, Trump.*

<sup>1</sup> El artículo retoma y modifica -especialmente para *InMediaciones de la Comunicación* -lo trabajado en un texto titulado: Debunking Deference: The Delusions of Unmediated Reality in the Contemporary Public Sphere. El mismo se publicó en la revista: *Javnost - The Public Journal of the European Institute for Communication and Culture* (EURICOM), Taylor & Francis Online, Volume 25, 2018. La traducción fue realizada por el Dr. Mariano Fernández con expresa autorización de la autora.

## 1. INTRODUCCIÓN

Para muchos investigadores, periodistas y políticos, las democracias contemporáneas están en crisis, principalmente por la brecha de credibilidad entre los ciudadanos y los sistemas de toma de decisión, el crecimiento de la riqueza y la desigualdad, el nuevo entorno mediático y el avance del populismo<sup>2</sup>. Esta crisis es especialmente alarmante para la mayoría de los pensadores democráticos, empezando por Jürgen Habermas (1991), que tienden a adoptar una perspectiva normativa. Desde esta perspectiva, la *esfera pública* es concebida como el lugar donde el poder constitutivo de lo colectivo, compuesto por asociados iguales, es experimentado, visibilizado y puesto a prueba. Desde una posición normativa, el término *público* refiere al bien común que un colectivo de ciudadanos debería buscar de manera conjunta, y *publicidad* refiere al uso racional de la crítica sobre temas de interés general.

El problema es que esos rasgos, que caracterizan un ideal político de las democracias modernas, son tan demandantes, tanto cognitiva como políticamente, que tienden a perder todo alcance descriptivo. Aún más, ese “maximalismo” normativo necesariamente induce a un diagnóstico pesimista de la realidad de las sociedades democráticas, como la deficiencia moral y política de la esfera pública y la ausencia de un público digno de ese nombre. Al juzgar cualquier forma real de publicidad y de actualización de la esfera pública como imperfecta o insuficiente, estos requerimientos normativos altamente demandantes pueden debilitar considerablemente la utilidad del propio concepto de esfera pública. De hecho, ¿cuál podría ser el propósito de un concepto que solo nos lleva a lamentar la imposibilidad de su puesta en práctica o su ausencia sistemática?

En las páginas que siguen, se tratará de esbozar los aspectos básicos de una *descripción minimalista* que mantenga un horizonte normativo sin perder el contacto con la realidad actual de la esfera pública. Para hacer esto, se dejará de lado el ideal de una *democracia participativa* que subyace en la descripción maximalista para centrar la atención en los principales rasgos de la *democracia representativa*. Se expondrá como argumento que el régimen de representación, en el sentido político de delegación del poder, así como en el sentido dramático de exhibición pública, es esencial para el funcionamiento democrático. Este régimen toma en cuenta la distancia entre la figuración de la realidad y la realidad misma, entre la unidad artificial del cuerpo político y la multiplicidad social de los individuos, opiniones y de participantes. A diferencia del ideal general de la participación, que exige que todos los ciudadanos sean actores, el régimen de representación acepta

2 Nota del editor: Pese a la sugerencia de uno de los revisores externos del artículo, se ha decidido mantener esa primera frase sin referencias bibliográficas, por entender que la autora refiere a un debate que se despliega cotidianamente en diversos ámbitos en Europa, irreductible como tal a una lista bibliográfica puntual.



que la mayoría de los ciudadanos son *espectadores*. Esto no necesariamente pone en riesgo la democracia; por el contrario, de acuerdo con Hannah Arendt (1998 [1958]), la postura desinteresada pero preocupada del espectador es más imparcial que la postura comprometida, necesariamente parcial, del actor. Mientras que los actores deben representar su parte de la obra y están absorbidos en sus propias acciones, los espectadores están lo suficientemente distantes de la escena pública como para mantener su “facultad de juicio” y para dar testimonio del sentido último de los eventos tomados en conjunto (Arendt, 1998).

La distancia que separa la escena pública del público de espectadores implica, por definición, una delegación de poder y conocimiento denominado *proceso de deferencia estructural*: el público debe deferir la tarea de construcción de la mayor parte de su conocimiento de sentido común a mediadores, esto es, a personas dedicadas a la mediación, como periodistas, abogados, políticos y científicos expertos. Por definición, este proceso involucra a los miembros del público en una cadena de mediaciones que los vincula con referentes comunes que están fuera de su alcance material y simbólico. En un sentido, la deferencia estructural es emancipatoria. Le permite al público ir más allá de la estrecha esfera de su experiencia y alcanzar la esfera de la imaginación colectiva. Sin embargo, al permitir que el público vea a distancia para ampliar su conocimiento, la deferencia estructural también habilitaría el engaño y la manipulación por parte de los actores de la escena pública. Esta sospecha de engaño es precisamente lo que alimenta el creciente número de teorías conspirativas: las innumerables cadenas de mediaciones se ven cada vez más como sitios oscuros de distorsión y manipulación del público por parte del “establishment corrupto”.

No es sorprendente, de todos modos, que los dos procesos opuestos que están reestructurando a las esferas públicas contemporáneas –la hipersingularización de las figuras públicas y la anonimización sin precedentes de los movimientos colectivos– se caractericen por la obsesión por la mediación y la desconfianza en la representación. Ambos procesos, que serán ilustrados a través del movimiento “hacktivista” Anonymous y de la figura neoliberal de Donald Trump, buscan puentear las mediaciones públicas y borrar cualquier rastro persistente de deferencia. En las páginas siguientes se desarrollará esta hipótesis en detalle.

## 2. UNA SOLICITUD POR LAS MEDIACIONES

Definir a la democracia como un régimen de representación y al público como conjunto de espectadores tiene la ventaja del *realismo sociológico*. Si bien no es común encontrar leyes sociológicas, hay una que es muy difícil de refutar: la determinación cuantitativa de los grupos, propuesta por George

Simmel (1999). Para el sociólogo alemán, cuanto más numeroso es un grupo social, más se ven sus miembros en la necesidad de elaborar reglas impersonales y formas indirectas de interacción de las que los círculos cercanos de conocidos pueden prescindir, en tanto dependen de las interacciones recíprocas directas. Las consecuencias cualitativas de la cantidad sobre las configuraciones sociales aplican sobre todo en las organizaciones de gran escala de las sociedades modernas. En contraste con las *comunidades de conocidos* del pasado, las cuales estaban limitadas a relaciones recíprocas, las sociedades de gran escala solo pueden ser *comunidades imaginadas*. Su existencia depende de distintas técnicas de representación y diferentes tipos de mediación –teatral, icónica, narrativa o política (Anderson, 1983)–. Gracias a esas mediaciones y a pesar de la distancia que los separa de sus iguales, los individuos pueden referir a los mismos puntos en común e identificarse a sí mismos como un *nosotros*.

Por supuesto, los medios de masas son esenciales para la materialización de esta forma más o menos persistente e imaginada de *ser-nosotros*. Los medios compensan la ausencia de relaciones sociales directas y recíprocas con relaciones indirectas y mediadas que vinculan a quienes asisten de manera conjunta a través de sus referencias comunes a eventos y personas públicas (Calhoun, 1991). Para el público, el rol de los medios como dispositivo protésico es sinónimo de una forma de deferencia estructural. Incapaz de utilizar su experiencia y conocimiento personal por cercanía como fuente primaria y valiosa de conocimiento, el público depende del saber mediado, indirecto e inferencia.

En términos teóricos, el proceso de deferencia estructural está inspirado por el proceso de *deferencia epistémica y semántica* puesta en evidencia por los filósofos analíticos. Como sugiere Putnam (1975), en cualquier tipo de sociedad hay una división del trabajo epistémica y lingüística inevitable que habilita a los actores a amueblar su propio mundo con conceptos y conocimientos que realmente no dominan. Incapaces de validar las referencias por sí mismos, los agentes ordinarios defieren la tarea de establecer lo que cuenta como artritis, inflación, autismo o cambio climático a expertos autorizados y conocidos (Putnam, 1975). En las sociedades de gran escala, complejas e hipermediadas, esta división del trabajo estructura la esfera pública en toda su extensión. Los conceptos científicos, pero también los procesos económicos (por ejemplo, la inflación, la bolsa de valores, las deudas nacionales), las apuestas políticas (luchas ideológicas, interdependencias sistémicas, conflictos personales) y los eventos públicos (un Mundial de Fútbol, los ataques del 11 de septiembre, terremotos) son descriptos por expertos y representantes cuyo trabajo de selección y encuadramiento se mantiene mayormente opaco para el público (Kaufmann, 2008).

La deferencia estructural es uno de los rasgos constitutivos de las comu-

nidades imaginadas. Estas son creadas por la mediación de símbolos de condensación y de representantes de carne y hueso que las representan como totalidades y las hacen tangibles para todos los miembros de la comunidad. Este régimen deferencial de representación responde a una necesidad ontológica –la de convertir la realidad social de los “muchos” en una realidad más o menos unificada (Rosanvallon, 1998)–. El pueblo, lejos de preceder a su representación, es constituido como un sujeto político sólo a través de la representación.

Como lo señalan muchos politólogos, el término *representación* tiene dos significados principales. En su sentido *político*, representación refiere al proceso que habilita a delegados, portavoces o representantes a hablar por y en nombre de la gente. En un sentido complementario, *estético* o *dramatúrgico*, la representación designa la descripción o narrativa de lo colectivo como una totalidad significativa. En ambos modos, el proceso de representación consiste en “hacer presente lo ausente”; en la escena pública, hace que entidades ausentes (por ejemplo, el pueblo) o acontecimientos remotos (eventos alrededor del mundo) se vuelvan presentes. Como lo indica su estructura transitiva, representación es *representación de* otra cosa que uno mismo y, como tal, tiene una naturaleza *dual* (Marin, 2002). En principio, la representación como *pre-sentificación de lo ausente* no es y no pretende ser un reflejo mimético, directo, de lo representado; es un sustituto que *está en lugar* de lo ausente mientras le confiere una textura simbólica.

La distancia representacional de este “estar en lugar de” es doble. En primer lugar, consiste en una *distancia vertical* que separa la escena pública de un público de espectadores. Para retomar la metáfora de Arendt, si la esfera pública es como *la mesa situada entre aquellos que están sentados a su alrededor*, vinculando y separándolos al mismo tiempo, este “entre-medio” no es circular ni simétrico. Ese “espacio de aparición”, que para Arendt (1998) “nos reúne y evita que caigamos unos sobre los otros”, toma, en parte, la forma de una escena o un escenario. En segundo lugar, la distancia de representación consiste en una *distancia horizontal*, que permite que los extraños se miren unos a otros como dignos de confianza para intercambios cooperativos.

La extraña co-presencia corporal propia de los espacios urbanos requiere que las personas confíen en extraños lo suficiente como para convivir con ellos manteniendo, al mismo tiempo, un “desinterés civil” mutuo respecto a su privacidad (Goffman, 1963). En una escala mayor, los ciclos de transacciones económicas y circulación de bienes y servicios requieren que las personas confíen en completos extraños, no solo para convivir en relativa paz, sino también para entrar en intercambios mutuamente benéficos (Seanbright, 2010). Esta es precisamente la distancia vertical y la horizontal necesarias para mantener un *mundo común entre extraños*, que es puesto en cuestión por un movimiento como *Anonymous* y por una figura populista como Trump.

### 3. EL ABANDONO DE LA ESFERA PÚBLICA

#### 3.2. “The little people are not so little anymore”: el desafío de Anonymous<sup>3</sup>

“Somos Anonymous. Somos legión. No perdonamos. No olvidamos. Esperen por nosotros”<sup>4</sup>. Una de las muchas características del movimiento hacktivista de protesta de base digital, Anonymous, cuya lucha política por la libertad de expresión data de 2008, es el rechazo del principio de representación en su sentido político: “Anonymous no tiene líderes, ni gurús, ni ideólogos (...) Nadie puede hablar en nombre de Anonymous (...). Anonymous no es una organización. No es un club, un partido ni un movimiento”<sup>5</sup>. Así, el movimiento lleva los requisitos de la democracia moderna al extremo: hacer del poder un “lugar vacío”, es decir, un lugar que ningún subgrupo o individuo particular puede monopolizar para perseguir su propio interés (Lefort, 1978).

Para evitar representantes que sólo luchan por la visibilidad y el interés propio una vez que se hacen de un nombre y un cuerpo singular, Anonymous aboga por una ética anti-ego y anti-líder (Coleman, 2014). Para este movimiento, que se define sólo por dos requerimientos deontológicos (mantener el anonimato y evitar la pornografía infantil), el soberano último de la democracia moderna no es sino el *número*, en los dos sentidos del término. Por una parte, el *número* refiere al poder anónimo e impredecible de grandes masas de personas que, si están unidas, pueden ganar contra los ricos y poderosos; por la otra, refiere a lo que no puede ser nombrado o descrito, en tanto es literalmente *irrepresentable* y no tiene forma (Rosanvallon, 1998).

Sin embargo, como lo muestra la transición desde un adjetivo (*anonymous*) a un sustantivo con letra mayúscula (*Anonymous*), el número, tan difractado y serial como puede ser, no permanece incalificable o incalculable. No puede escapar a la *auto-figuración*: en este caso, la forma de una máscara del rebelde Guy Fawkes<sup>6</sup> o la forma de una representación simbólica del “traje sin cabeza”. Esa autofiguración no sólo ilustra la política pública y los discursos oficiales del movimiento; en la ausencia de cualquier equipamiento organizacional, marco normativo y representantes de carne y hueso, ellos son la propia condición de su existencia. Anonymous sólo puede existir si es “performado”, en un sentido dramático, en espacios públicos (Kaufmann *et al.*, 2016).

A medida que sucede, la figuración de Anonymous se reduce a una máscara simbólica que compensa la *desfiguración* individual propia del anonimato con una *refiguración* colectiva que lo hace fácilmente identificable en la escena pública. Sin embargo, si esa *refiguración* permite una especie de marca de iden-

<sup>3</sup> En línea. Recuperado de: <http://anonhq.com>

<sup>4</sup> *How to join Anonymous. A beginners guide.* Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=XQk14FLDPZg>

<sup>5</sup> *Ibidem.*

<sup>6</sup> Guy Fawkes (1570-1606) fue uno de los integrantes del grupo de católicos ingleses que intentó infructuosamente asesinar al rey Jacobo I en la denominada Conspiración de la Pólvora, de 1605.

tividad, no habilita un reconocimiento en el sentido moral y político de derechos, obligaciones y responsabilidades. Sin cuerpo y sin cara, Anonymous no puede posicionarse a sí mismo como sujeto de acción y pensamiento y asumir públicamente la responsabilidad política y moral de sus acciones. Sacándoles la careta a sus enemigos, el propio Anonymous usa una máscara que lo protege del juicio público. Esta evasión moral y política, sino su disolución, está también presente en el nivel individual. De hecho, el contrato implícito que Anonymous propone a sus potenciales miembros consiste en un extraño y solitario “contrato con uno mismo” que no tiene condiciones de felicidad externa y no requiere validación, reconocimiento o la aceptación de otros: “Nadie puede decir: estás adentro o estás afuera. Estás adentro si vos lo querés”<sup>7</sup>. Como este autocontrato es incondicional, su performatividad es inmediata y absoluta. Cualquier espectador comprometido puede inmediatamente convertirse en miembro después de mirar el video *How to join Anonymous*. “Somos muchos y vos sos uno de nosotros ahora. Bienvenido a Anonymous”<sup>8</sup>. Como depende exclusivamente de los compromisos autovinculantes del Yo, que permanecen bajo la autoridad solipsista de la primera persona del singular, Anonymous no establece ningún “estar-con” como sinónimo de los condicionamientos y obligaciones entre sus miembros. Como lo indica su descripción metafórica del encuentro ocasional entre pasajeros en un tren o el vuelo convergente de una bandada de pájaros, el “entre-nosotros” que Anonymous propone es más que mínimo: consiste en el simple alineamiento casual de acciones y objetivos. Si bien “este viaje juntos *puede cambiar el mundo*”, los pasajeros o las aves pueden dejar el grupo en cualquier momento.

El funcionamiento de Anonymous desarma los dos sentidos de la representación: el político y el figurativo. Al rechazar el principio político de la representación y la deferencia, sueña con inventar una nueva “especie” de colectivo, sin otras mediaciones que la *técnica* y sin deferencia o compromisos mutuos. Anonymous intenta entonces escapar a la tragedia política que cualquier colectivo, por más pluralista y horizontal que sea, debe enfrentar: los representantes y las reglas que sustentan su existencia tienden a volverse en contra de aquellos que les dieron forma. Al rechazar cualquier proceso de institucionalización, que por definición favorece el “gobierno del ‘Uno’” por sobre el “gobierno de los muchos”, anhela permanecer unido a la multitud irreductible de buena voluntad que lo mantiene vivo.

Sin embargo, si Anonymous escapa a la representación política, no puede escapar a la representación dramática, que es necesaria para su existencia. Su aparición en la escena pública como el portador de un discurso libre es ciertamente importante. Pone en debate el poder constitutivo de la multitud, como el movimiento Occupy Wall Street, cuyo slogan, “Somos el 99%”,

<sup>7</sup> *How to join Anonymous. A beginners guide*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=XQk14FLDPZg>.

<sup>8</sup> *Ibidem*.

está aún en el recuerdo de todos. El problema es que esa aparición es menos emancipatoria de lo esperado. En primer lugar, la radical y absoluta ausencia de representantes capaces de explicar las acciones del movimiento, le impide tomar parte en los debates y negociaciones políticas que mantienen viva la esfera pública. En segundo lugar, la definición positiva de Anonymous, que consiste en pelear por la libertad de expresión, es muy minimalista para mantener unida a las imprecisas y policéntricas redes de personas dispersas que lo componen. Lo que parece en cambio mantenerlas unidas es la figura negativa de un enemigo común, como lo revela el eslogan de Anonymous: “Recuerda quiénes son tus enemigos”. Figurar enemigos de esta manera es un modo muy efectivo de totalización: gracias a los ataques públicos a las “grandes entidades”, tales como la Iglesia Cientológica, el Estado de Israel o la Sony Corporation, el movimiento ha sido exitoso en la producción de sí mismo como un sujeto colectivo.

### 3.2. “Las fake news son el enemigo del pueblo”: el marco antagonista del populismo de Trump

Desacreditar la representación política y enfatizar el poder de la multitud son también rasgos característicos del populismo, que está actualmente en ascenso en Europa y en Estados Unidos. Contradiendo la lógica dual de la representación política, que articula la presencia de los representantes y la ausencia de los representados, el populismo se inclina hacia un régimen diferente: *la encarnación*. Los regímenes de encarnación pretenden exhibir, como espejo, la unidad del pueblo bajo el modo de la inmediatez, negando la ruptura semiótica entre la realidad y su figuración. Tales regímenes responden a una lógica monolítica: los trazos indiciales de la realidad del verdadero pueblo, son supuestamente capturados de primera mano por el líder, que lo expresa, lo extiende y lo encarna.

De este modo, los líderes populistas, desde Chávez en Venezuela a Trump en Estados Unidos, pretenden encarnar, no representar, al pueblo “real”. Estos líderes apuntan a ejercer un poder plebiscitario sin “intermediarios”, exaltando la comunicación directa con un pueblo supuestamente homogéneo cuya unidad asegurará la victoria sobre quienes intentan dividirlo, simbolizados por partidos de oposición, instituciones y otros enemigos, interiores o exteriores (Rosanvallon, 1998). Trump, en particular, pretende personificar al pueblo norteamericano “en persona”: la “sobre-presencia” de su cuerpo singular compensa la pérdida de sustancia social propia de una democracia representativa y vuelve a inscribir a la figura abstracta, sin cuerpo, del Pueblo, secuestrada por el establishment corrupto, en el reino de los cuerpos genuinos que no mienten ni engañan. En la era de Internet, esta presencia excesiva está asegurada principalmente a través de Twitter y otras plataformas supuestamente no mediadas, que asocian la mímica de las conversaciones cara a cara

con la crítica estilo tabloide. *Aquí estoy nuevamente*, dice Trump, *para llevar mi mensaje directo a la gente*.

De ese modo, Trump simbólicamente suprime la distancia que lo separa del pueblo que él miméticamente exhibe en la escena pública con su estilo discursivo y su lenguaje corporal. “Él es como nosotros”, dicen los hombres blancos de clase trabajadora. “No soy un político, gracias a dios”<sup>9</sup>, Trump afirma repetidamente. Al negar estar jugando ningún rol, Trump es la encarnación vívida de la “caída del hombre público” de la que R. Sennet (1977) habló hace muchos años: “No estoy actuando. Este soy yo”<sup>10</sup>.

Restringir su función política y su rol público, y por lo tanto los condicionamientos y obligaciones morales que la sustentan, le permiten a Trump aparecer como un *outsider* genuino y confiable que dice que lo piensa. El rechazo de la corrección política, de los representantes profesionales y del periodismo institucionalizado como puras mentiras engañosas hace más convincente la promesa de Trump de hacer presente al “verdadero pueblo”. Al cuestionar las mediaciones institucionales y desacreditar la representación política, Trump parece de hecho escapar a los “caprichos de la mediación” y resucitar el acceso directo a la personalidad o “el alma” de sus compatriotas (Adrejevic, 2016). En este caso, el alma de Estados Unidos está mayormente hecha de resentimiento, miedo, disgusto, racismo e intolerancia; pero gracias a la alquimia de Trump, estos sentimientos vergonzantes se convierten en verdades, ira justa y codicia justificada. Durante su campaña, Trump dijo: “Yo era codicioso para mí mismo. Ahora, quiero ser codicioso para todo nuestro país”.

La demanda de una realidad no mediada desmantela la deferencia estructural. Ésta, sostenida especialmente por la autoridad epistémica y la división del trabajo cognitiva, es deslegitimada e invisibilizada, y da lugar a la *deferencia personal* hacia al líder. Contrariamente a la *deferencia estructural*, que es una necesidad ontológica de las sociedades de gran escala, la deferencia personal supone la aceptación voluntaria, afectiva y usualmente engegueda del liderazgo. Mientras que la autoridad epistémica está autorizada por principios más altos y grandes que ella misma, el liderazgo carismático solo depende del alineamiento de la gente, un alineamiento hecho de afecto, lealtad y sentido de pertenencia. La lealtad, que es el principal valor del “Trumpismo”, provee al líder de inmunidad moral e infalibilidad política. Como el propio Trump lo expresó en enero de 2016: *Tengo los seguidores más leales. Puedo estar parado en medio de la Quinta Avenida y dispararle a alguien y no perdería ningún votante*.

Como la legitimidad del líder carismático reposa sólo en la aclamación y en la celebración de sus seguidores, es fácil entender por qué Trump valora el tamaño de las multitudes en sus mítines de campaña o los denominados “millones de votos” suplementarios eliminados por el “sistema fraudulento de

<sup>9</sup> En línea. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=JyRCzxUACrg>

<sup>10</sup> Interview with the *Time*, March 23, 2017.

elecciones”. Su valor político está suspendido en el reconocimiento público, el elogio digital y la efervescencia colectiva que sus performances son capaces de producir: “El país me cree (...). Teníamos una casa llena. Ellos tenían que despedir miles de personas”, dijo Trump en muchas ocasiones. “Ustedes lo vieron, verdad. ¿Vieron eso?”.

La deferencia personal tiene otra consecuencia: el líder no necesita obedecer a ningún principio de realidad. Una vez que los hechos se vuelven “fake news”, elaboradas por una elite vilipendiada, no hay prueba de realidad ni “verificación de datos” que pueda poner en peligro la palabra del líder. La consecuencia perturbadora de este poder performativo es la erosión del “principio de unanimidad”, esto es, la “asunción” de que, más allá de las diferencias de interpretaciones puntuales, somos parte de un “mundo compartido” (Pollner, 1987). Sin este supuesto, las versiones en competencia del mismo mundo están en riesgo de volverse una guerra entre mundos diferentes e inconmensurables, y el ganador de esta guerra es, por supuesto, el comandante en jefe: “Supongo que no lo debo estar haciendo tan mal, porque yo soy presidente y ustedes no. Ustedes entienden”<sup>11</sup>.

Gracias al *proceso industrializado de celebrificación*, el propio nombre de Trump se ha convertido en una marca cuya presencia es tan fuerte que es percibido como no mediado y sin adornos (Andrejevic, 2016). Esta inmediatez virtual, sostenida por constantes relaciones cara-a-cara con los medios, está aún más realizada por la inmediatez de peligros dramáticos que la retórica populista pone en primer plano. La retórica anti-élite, anti-inmigrantes, anti-mexicanos y anti-musulmanes de Trump resuena a la vieja construcción del enemigo común, la configuración de un “nosotros vs ellos” y asegura la unidad y la fe de su gente: “México no es nuestro amigo. Ellos nos están matando en las fronteras y están matando nuestros trabajos y nuestro negocio. LUCHA!”, tuiteó Trump; “Vamos a proteger nuestro país construyendo un muro”.

Los discursos de Trump encauzan ansiedades, miedos y resentimientos contra las minorías étnicas, raciales y religiosas para establecer los contornos de un nuevo tribalismo moral, basado en la identidad política blanca y en sentimientos viscerales. Al construir barreras y barricadas que supuestamente los protegen de los extranjeros, estas tribus morales, son, como lo explicó Sennett (1977), *comunidades psicológicamente incivilizadas*: “Al temer a lo desconocido y convertir la claustrofobia en un principio ético”, ellos no pueden mantenerse “fuera de una escala parroquial” (p. 310). El mantenimiento de estos muros parroquiales requiere una “limpieza emocional” doble: incapaz de agrandarse desde fuera e “impura” por definición, la “comunidad incivilizada” es también incapaz de aceptar la pluralidad interna, que es sinónimo de traición (Sennett, 1977).

<sup>11</sup> Entrevista en *Time*, 23 de marzo de 2017.



## CONCLUSIÓN: LA NEGACIÓN DE LA DEFERENCIA

En cualquier comunidad imaginada, hay una brecha insalvable entre los dos contrapartes del proceso de representación: aquellos que tienen un acceso directo a la escena de representación y aquellos que no lo tienen. El problema es que esas mediaciones públicas e institucionales, que son necesarias para construir un mundo común que al mismo tiempo separa y relaciona a los individuos que lo componen, se están volviendo cada vez más sinónimo de decepción y extrañamiento. El sueño de tener acceso a los hechos sin ningún aparato de representación y el anhelo de presencia e inmediatez, y su contraparte negativa, el miedo a la distancia y al engaño, confieren la deferencia estructural y a las mediaciones una valencia negativa. Desafortunadamente, el rechazo ciego y obstinado de la deferencia estructural tiende a conducir a un *estilo de pensamiento paranoico* (Hofstadter, 1964). Esta paranoia es una de las principales similitudes entre Anonymous y Trump. Jugando con un mensaje de caos, ambos atribuyen poderes gigantescos y demoníacos a sus adversarios, que están ocultos en la oscuridad y mueven las cuerdas de las marionetas del *establishment*. Tal alarmismo hace que la lucha y el llamado a una guerra despiadada o a una “guerra en red” contra el enemigo oculto se vuelva necesaria, transformando así a la esfera pública en un campo de batalla simbólico y liberado para una brutal, inclemente y neoliberal lucha por la vida.

A pesar de sus enormes diferencias políticas, tanto Anonymous como Trump ponen en cuestión la lógica dual de la representación política. Allí donde Anonymous hace desaparecer al “actor” de la escena pública para mantener mejor la eficacia del “autor” real de la representación política –esto es, a la multitud–, Trump pretende *encarnar* al pueblo, tornando obsoleta la distinción entre el “actor” y “autor” de la representación. Ahora bien, el rechazo de la representación política tiene una consecuencia importante: habilita un escape de la responsabilidad política y moral en el sentido de ser responsable por las propias acciones frente a los otros.

Al rechazar la representación política, Anonymous y Trump apuestan a la modalidad figurativa de la representación en el sentido de convertirse en “marca”. Anonymous es un “nombre inapropiado” simbolizado por una máscara que oculta la identidad de sus referentes y mantiene los trazes irrevocables de su multiplicidad (Deseriis, 2012). En contraste, Trump afirma no llevar nunca una máscara: la “inflación” del poder de su propio nombre le permite rechazar la fuerza civilizatoria que corresponde al cumplimiento de una función pública. Siendo así, ambas “marcas”, “apropiadas” o “inapropiadas”, sobreenfatizan el poder de la multitud: Anonymous otorgando a la multitud principios de compromiso y ontológicos minimalistas. Trump activando una lealtad ciega y deferencia personal de los “verdaderos patriotas americanos”. El problema es que, con el rechazo de la responsabilidad moral y la negación

de las mediaciones institucionales, el poder de la multitud es más peligroso para la democracia.

Para sostenerse, la democracia, definida aquí como la construcción de un *mundo común* entre extraños, debe ser dinamizada por modos impersonales de regulación que aseguren la distancia simbólica y espacial entre extraños. Si la *distancia* establecida entre desconocidos se vuelve muy importante, como sucede con Anonymous, el sentimiento de “como-yo” que subyace al descuido civil hacia los conciudadanos se pone en riesgo, porque da paso a un desprecio civil indiferente, ceguera emocional y letargo moral hacia los otros. Inversamente, si la proximidad moral entre extraños, a pesar de la distancia social y espacial, se vuelve importante, tal como sucede con la identidad política de Trump, el riesgo es el de hacer crecer identidades comunes rígidas que unifican a los extraños bajo los auspicios de un pretendido “yo-colectivo”. Esto sólo para mostrar que la hipertrofia de la distancia o de la proximidad entre extraños es la más peligrosa trampa para la vida pública.

Es precisamente en este punto que la descripción minimalista de la esfera pública como espacio de representación, distancia y deferencia, se vuelve *normativa*. Como se ha visto, las mediaciones públicas no son inherentemente alienantes; por el contrario, son necesarias para construir un *Nosotros* potencialmente emancipatorio, cuya constitución es uno de los propósitos centrales de la moderna esfera pública. Lo alienante, en realidad, es la ausencia de participación en la constitución de esas mediaciones (Peters, 2001). Cuando las mediaciones son puestas en una caja negra, se vuelven opacas e invisibles para la gente, y su dominio se vuelve imposible, allanando el camino para la ignorancia y la impotencia colectiva.

Es por esto que un horizonte normativo de democracia, tal la concepción aquí planteada, debería consistir menos en una participación directa y más en una indagación conjunta sobre las mediaciones necesarias para vivir juntos. Dicho brevemente: en lugar de lamentar la pérdida de participación directa, sería mejor pensar en la cascada de andamiajes *intermedios* de representación que podrían sustentar la vida democrática. Algunos de esos andamios realzan el pluralismo de opiniones y la preocupación por un mundo común; otros, conspirativos, populistas o nacionalistas, erosionan desde dentro la estructura pluralista de la esfera pública. En particular, el alarmismo y el miedo apelan con demasiado vigor a los instintos de supervivencia como para permitir la distancia relativa necesaria para participar en indagaciones pluralistas de “lo que nos une”. Convocados como potenciales víctimas, los ciudadanos apenas pueden tomar el lugar de espectadores; se los considera “actores” cuyo rol en el juego social y político es parcial por definición. En el cuadro polarizado de la política del miedo su rol es tomar partido. Esas configuraciones antagonistas no sólo hacen del poder “un lugar vacío”, sino que terminan por vaciar, también, a la propia esfera pública.

## REFERENCIAS

- Andrejevic, M. (2016). The Jouissance of Trump. *Television & New Media*, 17(7), 651-655.
- Anderson, B. (1983). *Imagined communities*, London/New York: Verso.
- Arendt, H. (1998 [1958]). *The Human Condition*. Chicago: The University of Chicago.
- Calhoun, C. (1991). Indirect Relationships and Imagined Communities: Large-Scale Social Integration and the Transformation of Everyday Life. In P. Bourdieu & J.S. Coleman (ed.), *Social Theory for a Changing Society* (pp. 95-121). New York: Russell Sage Foundation.
- Coleman, G. (2014). *Hacker, hoaxer, whistleblower, spy: the many faces of Anonymous*. London: Verso Books.
- Deseris, M. (2012). Improper names: Collective pseudonyms and multiple-use names as minor processes of subjectivation. *Subjectivity*, 5(2), 140-160.
- Goffman, E. (1963). *Behavior in public places: Notes on the social organization of gatherings*. New York: Free Press
- Habermas, J. (1991 [1962]). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a category of Bourgeois Society*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Hofstadter, R. (1964). *The Paranoid Style in American Politics, and Other Essays*. New York: Vintage Books
- Kaufmann, L., Rios Luque, R. & Glassey, O. (2016). Faire être «Anonymous»: figuration et dé-figuration d'un collectif improprie. *Raison publique*, 20, 145-174.
- Kaufmann, L. (2008). La société de déférence medias, mediations et communication. *Réseaux*, 148/149, 79-116.
- Lefort, C. (1978). *Les formes de l'histoire. Essais d'anthropologie politique*. Paris: Gallimard.
- Marin, L. (2002 [1994]). *On representation*. Stanford: Stanford University Press.
- Peters, J. D. (2001). Realism in Social Representation and the Fate of the Public. In S. Splichal (ed.), *Public Opinion & Democracy, Vox populi-vox dei?* (pp.85-102). New York, Hampton Press.
- Pollner, M. (1987). *Mundane Reason: Reality in Everyday and Sociological Discourse*. New York: Cambridge University Press.
- Putnam, H. (1975). The meaning of meaning. In *Mind, Language and Reality*. (pp. 215-271). Cambridge: Cambridge University Press.
- Rosanvallon, P. (1998). *Le peuple introuvable. Histoire de la représentation démocratique en France*. Paris: Gallimard.

Seabright, P. (2004). *The Company of Strangers: A Natural History of Economic Life*. Princeton and Oxford: Princeton University Press.

Sennett, R. (1977). *The Fall of Public Man*. New York: Knopf.

Simmel, G. (1902). The Number of Members as Determining the Sociological Form of the Group. *American Journal of Sociology*, 8, 1-46.

\*Contribución: el 100% del trabajo pertenece a la autora.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

#### IDENTIFICACIÓN DE LA AUTORA

**Laurence Kaufmann.** Doctora en Ciencias Sociales (con orientación en sociología) por la École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS), Francia. Licenciada en Sociología y Antropología por la Université de Lausanne, Suiza. Actualmente, se desempeña como Profesora de Sociología en la Université de Lausanne e Investigadora Asociada en el Instituto Marcel Mauss (EHESS) en París, Francia. Sus líneas de investigación cruzan problemáticas tales como la opinión pública, la comunicación, la reflexión sobre ontología de los fenómenos sociales, la cognición social y la intencionalidad colectiva.

#### REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

Kaufmann, L. (enero-junio, 2019). ¿El fin de las mediaciones? El rechazo de la deferencia en el espacio público contemporáneo. *In Mediaciones de la Comunicación*, 14(1), 181-194

# ENTREVISTAS



# La mediatización en perspectiva semio-antropológica

## Entrevista a Oscar Traversa

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1.2893>



► POR GASTÓN CINGOLANI & MARIANO FERNÁNDEZ<sup>1</sup>

Universidad Nacional de las Artes (UNA) y Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Argentina.

Oscar Traversa ha venido investigado y enseñando sobre la mediatización y las transformaciones en los vínculos y las articulaciones entre lo individual y lo colectivo desde hace varias décadas. De hecho, fundó la primera cátedra universitaria en Argentina sobre historia de las mediatizaciones, cuando los materiales y las investigaciones al respecto eran escasos. En los últimos años parecen haber proliferado las reflexiones sobre la exacerbación de la mediatización entre individuos que se acopla, de una manera despareja y quizá novedosa, a la tradición de estudios del siglo XX, ligada (aunque no únicamente) a la mediatización de uno a muchos o *broadcasting*. Eso ha generado nuevas observaciones, debates y la aparición de algunos objetos de análisis interesantes, pero también algunas imperfecciones teóricas (esto es un juicio compartido por los entrevistadores) que quieren ver más “novedades” de las que verdaderamente se han producido.

En este contexto, conversar con Traversa resulta insoslayable, al menos por dos puntos centrales de interés. Por un lado, porque su obra adscribe a la teoría de las mediatizaciones que no se circunscribe a los últimos años o siglos, sino a la “larga trayectoria” planteada por Eliseo Verón (2013, 2014). Es decir, una perspectiva que se despega de la mirada de los investigadores europeos que

<sup>1</sup> Se agradece especialmente la colaboración de Laura Amarilla para la realización de esta entrevista.

plantean que la mediatización se inicia con la modernidad (Thompson, 1995), o incluso en una etapa más reciente, posterior a la aparición de la televisión (Hjarvard, 2008). Por otro lado, la formación en semiótica de Traversa, pero también en biología, y el vínculo de varias décadas construido con Verón, con quien mantuvo en los últimos años una relación personal y académica muy cercana, lo convierten en un interlocutor fundamental para reflexionar acerca de los procesos actuales y la posición de la semiótica frente a las “anteriores” y “nuevas” problemáticas.

**GASTÓN CINGOLANI (G.C.) & MARIANO FERNÁNDEZ (M.F.):** **Teniendo en cuenta lo aparentemente “novedoso” de las mediatizaciones actuales, quisiéramos preguntarle cuál es su posición al respecto: ¿Cómo juzga las modulaciones de esa “novedad” (si usted considera que las hay) en las relaciones entre lo individual y lo colectivo? ¿Cómo se ve esta cuestión desde la perspectiva de la “larga trayectoria” y como observa posicionada a la semiótica frente a dicha problemática?**

**OSCAR TRAVERSA (O.T.):** Diría, en principio, que cuando se trata la cuestión de la mediatización, se está frente a un objeto del que no he podido localizar, al menos hasta el momento a través de mis lecturas, una descripción clara acerca de su complejidad. Esto importa, pues la complejidad de los objetos es la que regula finalmente los cursos de investigación y abre el paso a las correspondientes estrategias de trabajo, así como los instrumentos que se deben poner en juego en su desenvolvimiento. Si se quiere medir la tela para hacer un saco sport, con la regla de palo de la modista seguramente será suficiente; si, en cambio, es necesario medir la tolerancia de un sistema mecánico, por caso un émbolo que se aloja en una cavidad, hay que hacerlo con un calibre sofisticado para conocer si el émbolo va a entrar con la precisión necesaria en el correspondiente agujero. Bueno, en la investigación ocurre algo parecido, hay que tener una cierta visión de la complejidad del objeto para regular los instrumentos a utilizar, las estrategias y el carácter de las hipótesis; ver cuáles alcances tienen cada una de ellas y en cuáles términos serán formuladas. Esto es una actividad previa que me parece importante, particularmente en este caso. ¿Por qué? Porque pienso que la mediatización involucra el mayor nivel de complejidad que, en la historia del pensamiento, se le ha planteado al espíritu humano. Valga decirlo, estarían de acuerdo buena parte de los filósofos de la ciencia de nuestros días. ¿Por qué? Es bastante sencillo de responder al observar las dimensiones participantes, pues intervienen: 1) cualidades individuales intrínsecas a los actores del proceso y las características colectivas de sus desempeños, 2) junto al bagaje de soluciones técnicas relacionales al fenómeno que se han desenvuelto en su historia, 3) sumando los avatares propios del desempeño colectivos en todo el tránsito del proceso, desde su constitución como tal, el que coincide con el curso de la especiación del *Homo sapiens*.



El pensar de esta manera es lo que llevó a ciertos investigadores (en particular a Verón; y de manera derivada y mucho más modesta, me llevó a mí y seguramente a muchos otros, aunque no tantos, en verdad) a cumplir con una tarea exegética. En tanto que esa respuesta importa un desafío a ciertos puntos de vista acerca de la complejidad que, por razones de tradición intelectual, conlleva tener en cuenta el conjunto de las dimensiones del problema; lo que implica, finalmente, dejar de lado puntos de vista consagrados acerca de las cualidades –tanto temporales como espaciales– acerca del fenómeno de la mediatización.

#### G.C. & M.F.: ¿Cuáles serían esas cualidades?

O.T.: Al pensar efectivamente los tres componentes que acabo de formular, no es posible desatender, por un lado, el desenvolvimiento ontogénico, es decir: somos seres que nacemos a partir de un conjunto muy pequeño de células y que nos desenvolvemos hasta conseguir un altísimo grado de complejidad; no sólo fisiológica en cuanto a las funciones, sino complejidad relacional. Esta última incluye todo aquello que compete a la interrelación cognitiva y pasional con los otros, sea individual o ligada a colectivos: ¿te quiero, no te quiero?, ¿quiero saber, no quiero saber?, etc. Esas preguntas suelen formularse cuando alguien entra a formar parte de un colectivo de pequeña o gran dimensión; y sus respuestas agregan tanto a la diversidad individual como colectiva, dado que son situaciones de las que nadie queda al margen, suman complejidad al fenómeno, momento a momento. Visto en la larga duración, estos interrogantes *informulados* suman complejidad a lo largo del curso filogenético del *Homo sapiens*. Porque, si incluimos estos últimos componentes –los que hacen a los funcionamientos del aparato corporal–, estamos suponiendo que ellos tienen algún origen, que salieron de alguna parte, que tienen relación con algo del mundo y que es necesario circunscribir sus diferencias con el resto. Pues bien, el resto son las especies vecinas y sus desenvolvimientos propios como especie, comparados con los nuestros, lo que nos muestra como singularidad. La comparación torna a un grupo diverso, pero con semejanzas singulares, lo que solemos llamar especies: la mosca, el *sapiens*, los caballos, etc. Entonces, si se piensa en la triada antes mencionada, como necesaria para poder abarcar la complejidad de la mediatización y para ser consecuente con la pertinencia misma de esa triada, se requiere responder a: ¿Cómo se asocian esas tres partes? ¿Cómo se relacionan entre sí esas instancias para dar lugar a



*Inflexiones del discurso*. Libro publicado en 2014 (Santiago Arcos editor / SEMA).

un fenómeno *singular* que caracteriza *singularmente* a la especie y es el soporte de su identidad?

El primer asunto a considerar es que el *sapiens* no es una especie aislada –sin pasado–, sino que deriva de otras con grandes semejanzas, lo que da lugar a una reflexión acerca del funcionamiento particular de la cognición que lo distingue del resto. Circunscribir este asunto satisface en principio, al menos parcialmente (no creo que en general), a partir de saber que esta especie convivió con algunas otras especies cercanas, las que tendrían algunas propiedades más o menos semejantes; y el *sapiens*, por una curiosa circunstancia, aparece como una especie triunfadora. Las demás se extinguen y queda el *sapiens* como una “primera entre pares” del género *Homo*, que en algún momento tenía otros miembros.

Esto último es una tarea que correspondió y corresponde elucidarla a la paleontología y, en especial, a la paleoantropología. No es una tarea ociosa, porque de alguna manera está señalando que ciertas propiedades del *sapiens* le han permitido estar sobre la tierra, haciendo frente a una enorme diversidad ecológica. En especial, para haberla poblado, debió valerse de su atributo principal que lo diferenciaba del resto. Nos remitimos, como hipótesis inicial indispensable, a su condición social *fundamental*, no ser una especie de vida aislada, asociada esa propiedad a otras condiciones para llevar adelante la tarea de poblar el mundo y aquí viene otra pregunta: ¿Cuáles son esos atributos vinculados a la *socialidad*? Es imposible descartar a una particularidad adjudicable al *sapiens* que consiste, a diferencia de las otras especies con las cuales convivió, que fue capaz de producir transformaciones circunstanciadas sobre el ambiente y sus conductas, las que permanecen en la sucesión de generaciones. Voy a poner un ejemplo sencillo de índole general: un hornero hace casitas muy complejas todos los años, todos los años desde hace muchos milenios construye las mismas casitas; mientras que nosotros, contrariamente, en un lapso muy pequeño, muy reducido, hemos modificado de una manera vertiginosa los frentes de nuestras moradas, templos, lugares de espectáculos, cementerios... qué se yo, todo aquello que se daba para convivir individual o colectivamente, como nos lo muestra la historia de la arquitectura, la historia del arte, etc. Es decir, estamos frente a una especie que tiene cualidades singulares en relación con su desempeño, que consiste en fijar los resultados de ese desempeño.

Bueno, pero ¿cuáles son esas cualidades? La primera cualidad es que tiene una mente capaz de poder interrelacionarse con otros de su misma especie. Y puede, de diversos modos, transmitir las experiencias que ha realizado en relación al mundo. Hábil, al igual que los miembros de otras especies, construyó herramientas –importantes en cuanto a la adaptación– para cortar, por ejemplo. La fragmentación confiere una diferencia, en calidad y cantidad: con una pieza de caza que debe distribuirse entre los cazadores, ese útil brinda plasticidad y tiempo respecto a las tareas que realizaba sin esos útiles. Se suma, en nuestra especie, que ese hallazgo se fija en el tiempo. Así las diferencias se suman: el

sapiens es la única especie que enseña, que tiene la cualidad de transmitir sistemáticamente el saber adquirido por las experiencias circunstanciales, a partir de sistemas de relación que pueden dar cuenta de esas experiencias y transmitirlos: nos referimos a los lenguajes como instrumento capital y absoluto.

¿Y cuáles son las cualidades de los saberes que se pusieron en juego para que se produzca ese éxito? Se hace entonces necesario contar con recursos que liguen las cualidades de las herramientas y las virtudes de su empleo, instalarla en el tiempo. Es decir, entonces, que pertenecemos a una especie que cuenta, como uno de sus perfiles, el de una fuerte socialización y en la que sus experiencias singulares se integran al colectivo, y así participan, en cuanto a su propio desenvolvimiento, como el de la especie.

El acto de transmisión y fijación de una técnica implica contar con un recurso que implique indicar que el útil se usará mañana o en un futuro indeterminado. Se hace necesario en consecuencia operar con un relato que lo indique. Entendido de este modo notamos que no podemos, hasta el presente, prescindir de narraciones, de las que se encargan los lenguajes. Es decir que somos un producto del hacer colectivo: desde la primera herramienta de piedra hasta las más sofisticadas herramientas del presente, para bien y para mal. Es necesario integrar estos procesos para poder desentrañar la compleja trama que comprende el curso de la mediatización, la que –dada su complejidad– no podemos pensar como un curso lineal: es necesario tener en cuenta el azar de las recurrencias, las que carecen de un orden sucesivo de causación simple; un rasgo cualquiera de la mediatización no se explica solo por un “antes” anterior e inmediato, sino por una suma de emergencias “sin tiempo”.

### **G.C. & M.F.: ¿Es una socialización privativa de los homínidos?**

**O.T.:** Hay otros bichos que tienen cualidades sociales muy desarrolladas (entre los mamíferos los lobos, por ejemplo), una socialidad que sirve, en la misma fórmula adaptativa de desarrollo de la que hablamos, pero sin progreso: les sirve para repetir con mayor eficacia, pero siempre con la repetición de los mismos modelos en los mismos espacios y bajo condiciones semejantes. Otra de las facultades asociada a las sociales consiste en la plasticidad del genotipo del sapiens, la de tener cualidades adaptativas de las que otras especies carecen: a la altura, la temperatura, etc. Hay comunidades que viven a cuatro mil metros, y otras capaces de hacerlo bajo tierra y otros en mil variantes distintas. Es decir: solo con un genotipo que funciona de manera amplia pudo, acompañado con los desarrollos de la mente (que suma técnicas que resuelven adaptativamente las diferentes circunstancias), poblar y transformar, en conflicto con esas mismas circunstancias y condiciones naturales, poblar el planeta.

¿Qué quiero decir con todo esto? Vayamos enumerando. Por un lado, hemos tratado de circunscribir la complejidad, en los tres grandes dominios a los que aludí hace un momento, a partir de la singularidad del actor principal de

la mediatización hasta las técnicas y contingencias sociales. Todo ello limitado como fenómeno a una especie, el *Homo sapiens*, posiblemente no baste con lo que he dicho, pero constituye un marco general para enfrentar el problema. Y cómo es esa complejidad, y los factores que la integran, aquellos que hacen a la instalación misma del *sapiens* como elemento ejecutivo y especie dominante del último millón de años aproximadamente. No importa la cifra, eso lo saben mejor los antropólogos y los arqueólogos. Lo que sí importa es que esas condiciones iniciales admiten o propician el desenvolvimiento de la especie como tal. Se generan herramientas, y esas herramientas son todas de carácter social. Es decir, intervienen en procedimientos que hacen que el colectivo funcione mejor: que la casa se aproveche de una manera más eficaz, que invente agujas que puedan generar trajes a medida, hacer museos o cosas diversas y en apariencia bastante raras, cementerios, honrar a los muertos... cosas tempranas del *sapiens* y que perviven a lo largo de todo su desenvolvimiento. Si somos lo que somos es de algún modo porque ya lo fuimos: “Iguales, pero un poco distintos”, diría Borges.

**G.C. & M.F.: Es allí que la mediatización hace su papel...**

O.T.: No me cabe duda. Lo que surge como pregunta cuando se plantea esto, una pregunta muy fuerte es, pues bien, si el *sapiens* enseña, hace cosas, transmite de generación en generación, opera socialmente, pero: ¿cuáles es el instrumento del que se vale para hacer todo eso? Y acá viene la cuestión central que nos ocupa: la cuestión de contar con un sistema que favorece la *presentificación* de la actividad mental, es decir la exteriorización de la actividad de la mente. Pero no basta decir eso, porque también el perro de la casa mueve la cola si está contento o el gato ronronea. Es decir, una demostración de la actividad de su cerebro en relación con sus cohabitantes. Pero esta actividad mental tiene una propiedad muy particular, la que conlleva un conjunto de *funciones* (vamos a llamarlas, por el momento, *funciones*) que admiten, precisamente, la dinamización de esa actividad a partir de la actividad colectiva. ¿Qué quiero decir con esto? Si un bicho cualquiera (un *sapiens*) parte una piedra de algún modo y muestra a sus familias o participantes del clan de que la parte filosa es útil para pelar la piel, cada uno de los participantes de esa relación, a partir de algún tipo de señal (posiblemente una señal gestual) es la que de alguna manera captó la voluntad de decir “esto sirve para pelar pieles de tigre”, etc. Es decir, señales que son inteligibles y tienen una cierta duración en el tiempo. Perviven como tales. Tampoco esto es suficiente para explicar la cuestión. Pero sí una tercera (yo la voy a resumir muchísimo) que seguramente da una idea: el cálculo. No el cálculo simplemente de sumar y restar, sino el cálculo como actividad medible a desenvolverse con el cuerpo, para que se fatigue menos, por ejemplo.

**G.C. & M.F.: Nosotros pensábamos que como creación de futuro. ¿El cálculo como proyección?**

**O.T.:** Enseguida aparece lo que ustedes dicen. Porque, por ejemplo, el cálculo es “tenemos que hacer martillos para...”. Pues bien, pero no tenemos las piedras duras, hay que ir las a buscar a un sitio. Bueno: quien se encargue de buscar las piedras, tendrá que ir, caminar ochenta pasos hacia allá, hasta el árbol, luego ir a la izquierda, etc. Construir un modelo de cálculo para que el otro pueda operar colectivamente. Es decir, tiene una serie de requisitos que son la constancia, la pervivencia, la comunicabilidad y el uso en el cálculo. Cosa que tampoco es suficiente porque evidentemente esos agentes individuales (y ahí viene uno de los capítulos muy importantes) son objeto muy especialmente de una cualidad –que la tienen otras especies, pero que esta especie la exagera– que es la de notar la singularidad absoluta. Es decir, cada uno es distinto al otro. Tiene algo que forma parte singular de su actividad: camina más rápido, por ejemplo. Cosas distintas que le dan una entidad particular, es diferente al resto. Esas diferencias con el resto son el horizonte de base de las construcciones pasionales: lo quiero para mí, lo voy a compartir con el otro, etc. Todo aquello que hace generar una suerte de entorno singularizante. Entorno singularizante que, por supuesto, después se multiplica y tiene grandes divisiones: se han hecho muchos experimentos, como con los macacos japoneses, quién es el líder, etc. Son cosas que se conocen hace mucho, investigaciones que vienen desde hace cincuenta años, y que hay que ponerlas a jugar en nuestro terreno.

### **G.C. & M.F.: ¿Cómo colabora esto para situar las innovaciones en la larga trayectoria de la especie?**

**O.T.:** Bien, lo que yo quería tratar de mostrar en esta primera franja de conversación es que la *larga duración* como tal no es simplemente un propósito ocioso de decir “las cosas existieron antes de lo que uno podría suponerlo”, como alguna actividad museística, bueno “acá la primera bicicleta era igual a la que se fabrican en nuestros días”: no. Esa primera bicicleta era un instrumento que contaba con ciertas propiedades relacionales que de algún modo desenvueltas dieron origen a la bicicleta que está aquí. Y no podremos utilizar esta bicicleta ni fabricarla eficazmente si no nos detenemos un instante en el curso de este desenvolvimiento. Sería eso, de algún modo, centrar la mirada antropológica o semioantropológica porque esto comporta, nada más ni nada menos que el origen y el desenvolvimiento del lenguaje que es el asentamiento fundamental de la semiótica. Sin una referencia ni una reflexión sobre eso, la



*Cine: el significante negado.* Libro publicado en 1984 (Editorial Hachette).

semiótica prácticamente carecería de una entidad lo suficientemente sólida, o algo peor: sería inútil. Se trata de poder examinar el pasado a través de su trayecto discursivo y los modos en que se hace presente nos permiten su aprovechamiento, de lo contrario se transforma en una pieza decorativa, es decir, vacía de pasado.

**G.C. & M.F.: Sobre esta dificultad para establecer qué es lo novedoso en determinados momentos: el decurso de la especie ha tenido momentos de extensos periodos con pocos cambios (por lo menos, poco detectados) y algunos momentos revolucionarios, que han transformado la condición misma de funcionamiento de la especie. En la contemporaneidad tendríamos esta especie de curva extraordinaria, donde los que se consideran grandes cambios, las mayores evoluciones, aparecen cada vez más seguido, y la percepción de que los últimos cambios son más fuertes y más frecuentes. ¿Es un error de sesgo o es un verdadero modo de evolución de la especie en cuanto a su funcionamiento socializante (no genético, por ahora)?**

O.T.: Se podría, si se quiere, resumir en un Jano, como se sabe de dos caras: una de ellas (creo que la más evidente) es que cada uno de los momentos, mirando hacia atrás, presenta un crecimiento de la complejidad. Y esto muchas veces hay que decirselo a los estudiantes con cierta cautela, porque creen que es algo que pertenece a la metafísica (un principio abstracto del crecimiento), pero no: si uno, por caso, tiene una tenaza y un martillo, y mañana compra un serrucho, un destornillador y alguna máquina de perforar en una ferretería, el tipo de operaciones que puede realizar para la producción de un objeto cualquiera cambia en dos direcciones: se multiplican en número, por una parte, las operaciones y, por otra, esas operaciones van a agregar perfección al objeto que se ha producido, una mirada diferente sobre ese objeto, es decir, un crecimiento de la complejidad que va a llevar seguramente a que mañana se haga otra cosa singularmente más difícil, útil y bella.

Esto es sobre lo que hay que prestar atención. Y efectivamente, de acuerdo con ustedes, el crecimiento de la complejidad es motivo de perplejidad en la mirada del no experto y, a veces, de desazón en los que se consideran idóneos frente a lo inexplicable. Pero basta detenerse un instante para notar que los cambios, en uno de sus aspectos, son fruto de una cualidad de lo observado, una noción que es necesario poner en juego para ayudar a la observación es la de “plasticidad de la técnica”. Cada una de las técnicas difiere en ese aspecto, el antiguo tallado de la piedra es menos plástico que el adjudicable a las técnicas cerámicas, los dispositivos electromecánicos son menos plásticos que los electrónicos.

En cuanto a la otra cara del problema que ustedes plantean, vale la pena detenerse un momento, veamos: ¿Acaso esto del vértigo de los cambios es una constante o es algo circunstancial? ¿Depende de factores exteriores? Yo diría

que depende al menos de dos cosas parcialmente yuxtapuestas: la primera de ellas es que toda visión del pasado es una visión construida, no podemos hacerlo de otra manera. El pasado se ha extinguido, tenemos algunos componentes, indicios acerca del funcionamiento de ese pasado y tenemos el lenguaje: armamos con eso una visión de aquello que pasó. Como si el pasado siempre estuviera inundado de esa operatoria del presente. Es ineluctable que así ocurra. Voy a su señalamiento, que me parece muy importante: sí, efectivamente existe esto, es así. Pero existe otro factor que hace a esta mecánica tan particular del *sapiens* de estar en un permanente juego de intercambios muy heterogéneos de señales. ¿Cómo y en qué medida afectan estos hallazgos al conjunto, al colectivo? Porque esto es un lugar común: si los mosaicos que se encontraban hace tres mil años entre el Éufrates y el Tigris en la media luna de las tierras fértiles (que actualmente lucen en tantos museos) eran referidos a transacciones comerciales, hablaban de la vida cotidiana, lo hacían de una manera generalmente lejana. Es muy posible que esa técnica (por lo que muestra que son grandes herencias, movimientos del estado, inventarios) estuviera muy limitada a círculos extremadamente pequeños. Eso pone una distancia entre otros marcadores culturales, con respecto a esa tecnología en particular. Es decir, por un lado, la ineluctable inscripción histórica y, por el otro, el lugar que ocupan esas herramientas en los contextos en que se manifiestan. Porque lo podemos contrastar –no con el presente, para no ir tan lejos– con la aparición de ciertos productos de la prensa en el siglo XIX. Que sí, fue una revolución, hablaba por toda la gente, había debates en la propia prensa, los tipos antaño se peleaban si esto tenía que ser así –tal cual procedían los periódicos– o de otro modo. Efectivamente fue un momento (en las décadas del 30, 40, 50 del siglo XIX) muy “charlatán” en relación con los medios, más aún con la fotografía y todas esas novedades. Extremadamente charlatán y no por bocas inexpertas: Baudelaire pensaba que se había terminado la literatura, que todo sería periodismo de prensa.

Mientras que en el siglo XVIII o en el XVII eran más bien cautos en relación a la mediatización: pues el gran objeto del intercambio era la carta. Prácticamente uno puede rehacer y reconstruir la historia de esos momentos a partir de la correspondencia (que se ha hecho ya, se ha recogido correspondencia de todos los grandes personajes de esa época en libros), de la cual no se pensaba como trascendente, simplemente no se pensaba, era lo dado, una técnica sin discurso exaltatorio; una técnica que se soslayó por la aparición de la imprenta y su gran difusión. Es necesario señalar también que el libro se tornó tardíamente en objeto de reflexión, hoy (no en su momento) hay historiadores que consideran que la imprenta fue una revolución no reconocida y otros dicen que en realidad se reconoció, pero no fue tan revolucionaria porque fue muy extendida en el tiempo. En síntesis, hay quienes *calientan* la emergencia de la imprenta y quienes la *enfrian*, es decir, esa es una zona de debate académico. Mientras

que la aparición de la prensa moderna, a todos les produjo un cierto escozor y todos se colgaron de ella para discutirla, tanto en el continente americano, porque se discutió mucho en Estados Unidos, como también en Europa, en los grandes centros urbanos. Entonces estas dos construcciones nos llevan al momento actual, que también es un momento muy charlatán con respecto a la mediatización, extremadamente charlatán.

También habría que agregar –en lo que concierne al presente– que existe una hipertrofia de la vida intelectual, muy asociada con lo que podríamos denominar la mercantilización del discurso; surge una especie de gigantesca promoción que propone llenar las bibliotecas, se da a entender que la posesión de un libro, por caso, aumenta por ese acto el caudal cognitivo. Se exagera el objeto de manera fetichista, y se desatiende el uso mismo del objeto. No es que existen muchos libros porque existe mucha gente que lee proporcionalmente a esa cantidad; más bien es un objeto que ocupa un lugar decorativo, de jerarquía intelectual o posición social, pero se deja de lado el reseñar (y exaltar) su gigantesco impacto político y social (basta recordar su papel en la reforma y contrarreforma religiosa). No me refiero a la mercantilización del libro, pues él fue la primera mercancía...

**G.C. & M.F.: ¿Por qué son más importantes que la importancia que se les ha concedido? ¿O al revés?**

**O.T.:** La importancia es una dimensión pluridimensional, es así que resulta muy difícil evaluar el exceso o el defecto. De todas maneras, cabe realizar una aproximación. Es cierto que el momento de la invención de la imprenta o en el epistolar, la cuestión del efecto social, político o sanitario de los medios no estaba construida como problema, su constitución es tardía. Sobre el fin del XVIII y al principio del XIX se le adjudica importancia política (por ejemplo, la enmienda de la Constitución de los Estados Unidos, referida a la libertad de prensa, que de 1789). No es de descontar tampoco que los grandes estudios sobre opinión pública (fin de la década de 1920, extendidos en los años treinta) se centran en la conducta electoral.

Muy distinto es lo que ocurre en el caso de la mediatización en nuestros días, cuando de distinta manera se halla consolidado –mal o bien– un objeto. Más aun a partir de la existencia de redes sociales, las que fueron creciendo en los últimos veinte años y otros fenómenos asombrosos (el comercio, lo electrónico, el trabajo domiciliario, etc.). Está claro que esta importancia se asigna a partir de una parcialidad, pero cuando se miran los números y se establece la proporción con respecto a los habitantes del planeta, eso se enfría. Es así, pero solo en ciertas zonas; en otras zonas eso no se cumple de la misma manera, entonces estamos un poquito ante lo que decíamos: existen formaciones discursivas que por su naturaleza hincan más sus pies en el fango de un área y quedan en la superficie en otras (en países o diferentes sectores de la sociedad en una mis-



ma área). La cuestión de la importancia, en cuanto a su expansión e impacto es siempre paradójica: las tecnologías electromecánicas (desde la iluminación hasta el transporte) o las armas de fuego, saturan al planeta a partir de principios del siglo XIX, pero difieren en cuanto a su lugar en la crítica académica.

**G.C. & M.F.: Sobre la importancia que se les concede a ciertos impactos, la cuestión de la novedad y lo que usted plantea de las sociedades “charlatanas”: no es casual que una sociedad charlatana sea la del siglo XIX, porque esa charlatanería es una charlatanería pública. Digamos una charlatanería mediatizada y pública. La otra es una charlatanería subterránea, que se pierde... La de las cartas uno la puede recuperar con ciertas dificultades (charlatanería epistolar), pero la charlatanería mediática es bien del siglo XIX, y ahí sí hay un cambio de naturaleza social que es la aparición de la actualidad como un fenómeno de realidad, que no preexiste a ese momento. Porque la “actualidad” es un fenómeno del siglo XIX, de simultaneidad de discursos, de alteración de la temporalidad, etc. Y uno podría pensar que el momento actual transforma algo de eso. Finalmente, la actual, desde el punto de vista de la naturaleza del fenómeno, sigue siendo una sociedad muy charlatana porque es posible registrar todas las formas de charlatanería.**

**O.T.:** Sí, vamos a una cosa que quería hablarla sobre el final, que es la cuestión de la velocidad. Usted acaba de introducir algo muy importante, que es la noción de actualidad. Es decir, cuando se habla de actualidad, es que de algún modo se habla de la *copresencia* de uno con los otros y con el suceso (groseramente hablando), lo que requiere algún tipo de artificio que haga posible que las tres instancias estén en contacto con el mismo hecho. Es decir que hayan surgido instrumentos que hagan posible la “charlatanería” –o como quiera llamarse– entre los actores sociales. Cuando se mencionan los comienzos del advenimiento de la opinión pública se suelen mencionar la existencia de espacios de reunión de libre acceso (el café, por ejemplo), que propician la posibilidad de conversación y lectura colectiva (el acceso a los periódicos); la maduración política se imbrica con la posibilidad social de su fructificación, acaecida está entre el XVIII y el XIX. Es precisamente el aumento de la velocidad de impresión de la imprenta la que pone a la prensa al alcance de cada vez mayor número de lectores. Procedimiento, este último, que se articula con el desarrollo del ferrocarril, el que aumenta la lectura a distancia de las grandes urbes.

Hace muy poco existía (en Argentina) el periódico *La Razón*, que producía por la tarde dos ediciones, la quinta y la sexta, restos tardíos del proceso propio de los procedimientos *broadcasting*, del que la radio fue la gran protagonista. Procedimiento inaugural para la creación de la *actualidad*; promotor y a su vez consecuencia de la conversación. Esto, que se exagera con el tiempo, me parece que es crucial. No son ya sólo las señales escritas lo que la promueven: aparecen inventos como la fotografía, señal acerca de ciertas realidades del mundo y un

empujoncito más allá los medios sonoros y audiovisuales. Hasta la actualidad presente, donde esta se modifica para un gran número de actores sociales, ella opera sin necesidad de una presencia “del otro”, con un borramiento absoluto del testimonio principal, vale decirlo: el cuerpo; su presencia en la radio y la TV (hay “otro” figurable a través de su voz o su “voz y figura” en la TV). En las redes informáticas suceden otras cosas.

Esta actualidad que parecería acuciarnos y prácticamente perseguirnos, con tendencias y caminos diferentes y polémicos en este momento, tiene dos escalones. Un escalón que ha sido el escalón de los grandes asombros y la conversación sobre los grandes asombros, que ha sido, más bien y en general, de carácter pueril. Pensar demasiado en que no existía un “antes”. “¡Ah, qué lindo!, todos tenemos la imagen en nuestro living: se movió el mundo hacia nosotros”. Bueno, pero antes estaba ese mundo a dos cuadras, luego la TV era un cine más chiquito, qué se yo; se podrían establecer muy rápidamente las líneas que mostrarían que eso que se supone como actual no lo es, o lo es solo a medias.

Un segundo escalón, podría llamarse de la singularidad técnica que, de alguna manera, condensa aquello que era el pasado. Aparecieron ciertas técnicas en las que todo aquello que se aparecía como sustancias separadas (radio, televisión, el cine, lo cotidiano, etc.) podría resumirse en cosas muy particulares como el *smartphone*, susceptible de reducir todo ese mundo a una suerte de elemento común que es la *organización numérica de ese mundo*. Para el caso, no entra solo la actualidad, sino también todo lo que la precede: ella puede acompañarme adonde sea.

### G.C. & M.F.: ¿Por qué “numérica”?

O.T.: Porque es evidente que por medio de números podemos designar a cada cosa y también a sus cualidades y adjudicarle una entidad singular a partir de un sistema de diferenciación riguroso. Esas entidades singulares sólo pueden ser abarcadas por un procedimiento que no tenga prefijado de antemano algún valor semántico. Esta propiedad la posee la serie de los números naturales, que puede, a su vez, designar también a otro tipo de números y operar con ellos e indicar los taxones en que se sitúan y los órdenes de magnitud que se le pretende asignar, susceptible asimismo de realizarse con otros sistemas, diferentes del que usamos habitualmente.

La digitalización, un sistema entre tantos otros, no es otra cosa en primer lugar que un cambio de escritura de los números naturales, donde se pasa de designarlos a partir de una lengua particular, la propia de los usuarios que tiene en cuenta para hacerlo su base de diez caracteres, a otra que se organiza por medio de dos a partir de un conjunto de reglas abstractas que solo comporta dos vocablos. Dando lugar a una economía figural de caracteres que facilita su procedimiento, mientras que nosotros para escribir, para denominar la cifra “1723”, tenemos la palabra que lo indica en nuestra lengua y se emplean

cuatro caracteres. El empleo de solo dos multiplica el número de caracteres, pero disminuye el empleo de diez figuras, como ocurre en el que usamos de manera corriente. Pero su empleo requiere de un sistema tal que permita el acceso y la manipulación de esos fenómenos a una velocidad incomparable con todas aquellas que solo se valen de nuestro esfuerzo. Es la inclusión de ese procedimiento lo que aprovecha la adopción del sistema binario. Ese tránsito de sistema y su posibilidad de aplicación fueron previstas por Shannon (1938) en 1937, a partir de una tecnología mecánica, más lenta que las electrónicas que le siguieron unos años después.

Este último hallazgo –y sus gigantescas concreciones posteriores– produjo dos grandes fenómenos en el terreno de la reflexión en cuanto a la mediatización, que son, a mi entender, los que caracterizan los debates actuales. Uno de ellos consiste en la pura fascinación de sus potencialidades futuras y la puesta por delante de la velocidad operatoria como factor determinante de los actuales desarrollos; todos los sistemas serían el fruto de ese factor. Hay quienes, en cambio, han empleado su tiempo en describir todo aquello que se puede hacer con un sistema binario y con los productos radicados en su memoria o en la red, gracias a lo que se ha dado en llamar *plataformas*, como espacio donde se cumplen las operaciones. Estas últimas, operando sobre textos, consistirían en tomar partes y sacar partes e intercambiarlos con otros textos del archivo; producir subconjuntos que van a ser intocados y guardarlos en otra base. A esos conjuntos es posible acudir por parcialidades o en todo, etc., para dar lugar a otro texto y alojarse en una memoria lejana, pública o privada. Todo eso no es más que la operatoria que se realiza con la biblioteca personal o los alojamientos más sofisticados a los que se pueden recurrir gracias –precisamente– a la red. Describen, entonces, una biblioteca; más allá, describen operaciones retóricas que han cumplidos don milenios y medio u operaciones ya descritas en el terreno de la literatura, por ejemplo, muchos años atrás. Todo esto se justifica porque se hace más rápido y, a veces, porque pueden hacerlo más personas que antes. La cantidad se pone como virtud por delante. Algo que, por sí solo, automáticamente, gracias a que el aumento de la velocidad, haya producido un crecimiento de la productividad o en diversas dimensiones que corresponden, por ejemplo, la calidad.

Se han escrito extensos libros explicando cómo fenómenos metadiscursivos eran una especie de creación de las tecnologías, que las fragmentaciones y los montajes de texto de diferentes fuentes (el corta-pega) correspondía a las tecnologías del presente. Cosas de este tipo daban origen a un nuevo perfil humano: el *prosumidor*. Puesto que asume el doble papel: consume y produce. No es así, el “montaje” textual se atribuye a Tucídides (400 a. c.) y desde siempre el *Homo sapiens* cumplió ese doble papel. La cuestión reside en señalar cómo y con cuáles características y procedimientos realiza un cambio en las relaciones entre esos términos. Queremos decir: ¿Existe un cambio operatorio de las

operaciones mentales? ¿O se trata de una adecuación indiferente a las nuevas circunstancias; un recurso sin consecuencias en cuanto a la emancipación?

Pero, ¿qué ocurre? ¿Qué es lo que tiene como núcleo “ideológico” que corroe a estos argumentos que presumen de novedosos? Pues porque trabajan sobre existentes, en las aguas en las que se ha producido la detención de su curso, y no se advierte su origen. Tales manifestaciones no nos liberan, no permiten el acceso a la fluidez del pasado en el presente, a advertir el cauce de la “semiosis infinita” (Peirce, 1974, p. 59). No liberan, en fin, la cualidad enunciativa de los discursos que se pierden en las fórmulas numéricas que solo advierten la cantidad. Es decir, no da cuenta de las diferencias que movilizan el curso de los procesos discursivos (designativos de los procesos del mundo), las diferencias entre producción y reconocimiento, los desfases (Verón, 1988), todo eso queda de lado del analista “lento”, que es el único que se puede aprovechar de la velocidad de las máquinas. En cambio, este supone que ella le liberará *per se* un campo problemático no tendrá otro destino que el repetirse.

Esto es una cosa que le pasa bastante seguido a ciertas versiones de la llamada inteligencia artificial: buena parte de ella es un edificio construido totalmente en producción, del lado de lo constituido; mientras que el fenómeno social por excelencia es el reconocimiento, en el que los actores sociales hacen, producen y desordenan el mundo, ese no aparece por ninguna parte. Aquí tengo esta máquina (señala su computadora) que es de muy buena calidad, dotada de programas potentes, me ha hecho muchísimos favores siempre acerca de lo constituido. Lo que me permite salir de ese estado no me lo da. Esa creencia se ha hecho carne en diferentes autores: muchos “se pasan de rosca” y entonces llaman “medios” a los que no son medios; otras veces, autores bastante importantes (algunos muy importantes, porque han sido observadores de cosas que vale la pena observar) se han empantanado en una concepción metafísica del mundo. Sólo hay un “antes” donde refugiarse y no hay una proyección sobre un después dinámico a la vez resultado de ese “antes”, pero ineluctablemente distinto. Lo que digo no es de mi cosecha, corresponde a Peirce: todo enunciado es un enunciado potencial. Es el de “algo” a suceder, no de algo que está hecho. Incluso un enunciado de algo que está ya hecho es también un enunciado potencial. Es afortunadamente fatal, el sentido es siempre un fenómeno de reconocimiento.

El talón de Aquiles de esta cuestión reside allí, el lugar donde esa posición se empantana, aquí y allá surgen trabajos que llenan estanterías: “se ha comprobado que 365 millones de emisiones de pequeños mensajes tienen la cualidad de detenerse en vez de 140 caracteres, en 137” ¿Por qué se generó esa especie de gran esfera fenoménica librada a la puerilidad?

**G.C. & M.F.: ¿Y por qué?**

**O.T.:** Para mí, y desde el punto de vista groseramente epistemológico (no

tengo hipótesis sobre otra cosa), pienso, no sé si con razón, que no se entendió bien la teoría del número.

### **G.C. & M.F.: ¿Cómo sería eso?**

**O.T.:** Pienso en algo simple, precisamente en una cuestión preliminar muy sencilla que consiste en que solamente el cambio de inscripción de los números arábigos en los números binarios es el que se puso en fase con la posibilidad del 0-1 y alta velocidad, que permite la electricidad y que un artefacto que conserve los datos es suficiente para producir modificaciones de las conductas de relación. Finalmente, sólo es a principio de siglo XX cuando aparecen estas cosas, ¿no? Antes la hija de Lord Byron<sup>2</sup> y tantos otros, en la metáfora de comparación con el Jacquard (producto del siglo XVIII) y las tarjetas que permitían dar lugar a un tejido complejo (en lo formal y cromático) notaron que era posible programar secuencias de acción que culminaban en productos complejos, si se juntaban cositas chiquitas y esas cositas chiquitas sumadas podían delinear una figura mayor. ¡Flor de descubrimiento! Primeros veinte años del siglo XIX, en ese momento la electricidad estaba limitada al laboratorio de Volta, Ampère y unos pocos más, el descubrimiento podía prescindir de ese recurso.

Pero lo que pasó es un gigantesco obstáculo (digo obstáculo epistemológico) por el lado de la teoría del número que es autónoma y precede a la aplicación de la electricidad. Pero no sólo esa teoría, sino la interpretación de esa teoría, que no puede dejar de lado un fundamento discursivo que le otorgue sentido en cada campo que coloniza. Pues bien, para concluir: no es suficiente una teoría del número ni tampoco quizá una teoría de la computabilidad. Se hace necesario, en principio, una teoría del discurso que anime su relación con los fenómenos referenciales particulares: escribir o leer son fenómenos mentales, la técnica es siempre una dimensión vicaria para su empleo.

**G.C. & M.F.: Otro eje que queríamos conversar con usted es la actualidad de la semiótica. Este año se va a realizar el Congreso Mundial de Semiótica por primera vez en Sudamérica, en Buenos Aires. Coincide con los 50 años de la creación de la International Association of Semiotics Studies y los 49 de la Asociación Argentina de Semiótica, pionera en América Latina, de la cual usted ha sido cofundador y después presidió. ¿Cómo ve usted lo que la semiótica puede o pudo aportar sobre este tipo de problemática? Porque lo que acaba de decir, esa interfaz entre la teoría del número y el problema de la discursividad o del sentido, parece también algo sobre lo que hay que ocuparse.**

**O.T.:** Sí, yo estoy escribiendo sobre eso. Pero creo que es algo que tiene dos puntas. Por un lado, está la teoría del número, que es en apariencia una cuestión que concierne a los fundamentos de la matemática y a su vez una cuestión técnica rudamente operacional. Y por otro lado (que lo encontra-

<sup>2</sup> Ada Lovelace (1815-1852).

rán en diversos autores que trabajaron en eso) están quienes no pasaron del planteo *saussureano* (Saussure, [1916] 2002). Entonces, claro, si para alguien un signo es un signo como el *saussureano* (una manzana es una manzana), es imposible que pueda formular una teoría en la que los objetos son *A*, pero a su vez son *B* y mañana serán *C*. Es decir, son cosas que están instaladas sobre un universo móvil que se está desplazando de manera permanente. Y esto es, si se quiere, *darwiniano* (traje a Darwin porque me parece que no puede faltar en estas conversaciones). Y todas las teorías científicas que soportan la teoría dicha de la evolución es una discusión que trata de la larga duración y el cambio (por supuesto no se puede dejar de lado a Peirce) sostienen precisamente como postulado fundamental la no existencia de determinaciones metafísicas del mundo. Algo que se detiene en un punto y de ese punto es el que se va a irradiar todo y va, de algún modo, a conducir al conjunto fenoménico del mundo. No. Ese punto no existe. Las cosas tienen otras dinámicas, y esas dinámicas son activas, y en las cuales todos estamos metidos. Porque ustedes y yo somos tan agentes de la evolución como el primer *sapiens*, como las moscas y el lenguaje. Nosotros somos también *sapiens* y estamos fabricando todo.

Así lo diría Darwin y así estamos participando en la epidemiología, en la biología, en el movimiento del pensamiento en general. No hay una fuerza singular que nos esté guiando. Eso es a lo que tiende la *naturalización* de lo que se llama la ciencia social, que es precisamente fijarse en que estamos metidos en una situación en la que tenemos que tener teorías muy fuertes para poder abarcar los fenómenos que nos rodean. Y sobre todo este fenómeno tecnológico de enorme magnitud, la naturalización de la ciencia social, no es otra cosa que una exacerbación de la historia.

### **G.C. & M.F.: ¿Cómo ve usted que esto impacta en el conocimiento de la vida cotidiana?**

**O.T.:** A veces me produce cierta congoja y a veces me enoja que cosas tan delicadas se utilicen mal y las prostituyan. Como las adaptaciones de Shakespeare para el teléfono móvil (¡así les fue!). Y eso es para discutirlo desde el punto de vista estético. A nosotros nos gustan esas cosas. Claro, no se puede volver con Shakespeare al Teatro del Globo en 1603, porque ya no existen el Teatro del Globo ni Shakespeare. Pero hay que romperse el alma por buscar qué pasa adentro de la estructura de ese texto que tuvo la complejidad de aguantarse, nada más ni nada menos, que más de cuatrocientos años. Y haber, además, soportado y gratificado a plurales públicos en esos cuatrocientos años. Tratar de hacer una versión para el teléfono móvil está como volviendo para atrás, no enriqueciendo el bagaje colectivo, sino diciendo “Miren, muchachos, somos todos unos tontos, vamos todos para atrás”, ese es nuestro destino. Como la generación de los *emojis*, que no es otra cosa que una demostración del desprecio por la escritura (y en consecuencia de quienes se someten a emplearlos). Tene-

mos el instrumento más fantástico para conocer y conocernos, pero pretender transformarlo en una mala caricatura... Lo digo por lo que veo y siento: tengo muchos nietos y todos van a la escuela; con ellos noto la importancia que tiene la escritura y la necesidad que ellos tienen de manejarla y, a la vez, el poco cuidado que tienen las instituciones en el dominio de ese instrumento.

Esto, correspondiente a la escritura, deriva en las destrezas: una de las consecuencias graves de que padece nuestra especie es que la estructura del *Homo sapiens* como tal –lo señaló Leroi-Gourhan (1966), hace tiempo– mucho no tiene que ver con las condiciones actuales (en sus más o menos trescientos mil años como especie, sus condiciones de desarrollo fueron muy distintas a las del presente): un tipo caminador, que trabaja con la precisión fina y vista aguda para descubrir pequeños detalles de la naturaleza y valorar una piedra, etc. Hay que tener un ojo refinado y una destreza manual extremadamente acusada para construir una herramienta de piedra: ninguna de esas cosas sirve para vivir en el presente. Es decir, es como si fuéramos máquinas que estamos sobredimensionadas para ciertas cosas y extremadamente débiles para ciertas otras. Lo que se desatendió –y de esto se reían por lo bajo cuando yo lo leía un trabajo al respecto– es lo que concierne a las agresiones de las tecnologías, por caso acerca de la obesidad infantil, como consecuencia de la frecuentación excesiva de los recursos de la informática (juegos o avisos publicitarios que los emplean).

#### **G.C. & M.F.: Es gravísimo...**

**O.T.:** Es una cosa muy seria. Tan seria que además son solo los pobres los que más se joden con esto. Si fuera sólo Rockefeller el que engordó y... bueno: ¡que se joda! pero no. Los que engordaron son los más carenciados, no solo por las máquinas, sino por otras razones que se suman: el carácter de la oferta mercantil, etc. Es otro problema que está conectado con esto. Son asimetrías. Y solo teniendo una clara idea de cómo fue el *sapiens*, qué perdió y qué ganó, es como se puede elaborar un plan estratégico. Acabo con una cosa muy curiosa: cuando yo escucho que todos los puestos de trabajo dentro de 20 o de 40 años no existirán más, yo creo que hay que generar una utopía, una *mixtopía* (Traversa, 1994) alternativa en cuanto a ese lugar.

Digamos que va a ser exigido dentro de 40 años que la gente pique la calle y mueva toneladas de tierra para los jardines. Sea esto para su salud y para una diversión colectiva... Una sociedad bien organizada va a proclamar: “Ahora vamos a dejar las máquinas, para hacer trabajos especiales en la montaña que conllevan esfuerzo: darle duro con la masa al pavimento para repararlos y acarrear tierra para promover los jardines, para mejorar la atmosfera y pasear”, eso sería una decisión plenamente positiva. En lugar de ir a un gimnasio, que es malamente distractivo y que no sirve para mucho (porque si se pedalea mirando un televisor en el que hay alguien que cuenta una historia banal, la pedaleada no tiene ninguna eficacia). Se necesita, entonces, una combinatoria entre la cabeza

y los músculos de nueva factura, cosas muy difíciles por las que nos interesa hurgar en las experiencias del pasado para hacer un futuro distinto. También en nuestros días perdimos otras cosas, la capacidad de generar utopías (insisto: mixtopías). ¿Por qué tenemos que condenar a nuestros hijos y a nuestros nietos a la idea de que no van a hacer nada dentro de 40 años? Consolidar así la tontera de la sustitución robótica. Al contrario, tendrán que romperse el alma de manera importante y alegre para su salud a partir de modos hoy, seguramente, inéditos.

La historia de la mediatización, vista como larga duración, sirve también para reflexionar acerca de estas cosas que necesitan nuestros cuerpos. Es decir, aprovechar plenamente los pasos evolutivos producidos por el *Homo sapiens* que pueden resumirse en la suma de un cuerpo hábil y una mente que puede permitirse aprovechar las cosas del mundo sin destruirlas.

## REFERENCIAS

- Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*, 29(2), pp. 105-134.
- Leroi-Gourhan, A. (1966). *Le geste et la parole*, I y II. Paris: Albin Michel.
- Peirce, Ch. S. (1974). *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Saussure, F. de (2002). *Curso de Lingüística General*. Buenos Aires: Losada.
- Shannon, C. E. (1938). A Symbolic Analysis of Relay and Switching Circuits. *Transactions American Institute of Electrical Engineers*, 57, pp. 471-495.
- Thompson, J. (1995). *The Media and Modernity: The Social Theory of the Media*. Stanford: Stanford University Press.
- Traversa, O. (1994). Mixtopías: las utopías de las sociedades mediáticas. En Fortunati, V., Steimberg, O. & Volta, L. (Comp.), *Utopías* (pp. 65-75). Buenos Aires: Corregidor.
- Verón, E. (1988). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (2013). *La semiosis social, 2: ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.
- Verón, E. (2014). Mediatization theory: a semio-anthropological perspective and some of its consequences. In Lundby, K. (ed.), *Mediatization of Communication* (pp. 163-172). New York: De Gruyter Mouton.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).



## IDENTIFICACIÓN DEL ENTREVISTADO

**Oscar Traversa** (1940). Graduado en 1973 en la École des Hautes Études en Sciences Sociales de París, bajo la dirección de Christian Metz. Formó parte del grupo fundacional de la Asociación Argentina de Semiótica (AAS) que entre 1974 y 1980 editó la revista *LENGUAjes*. Luego del regreso de la democracia en Argentina en 1983, participó de la refundación de diferentes carreras en artes y comunicación en la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) y la UBA. Dirigió el Centro de Estudios Agroalimentarios en la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (UNLZ), Argentina. En 1996 obtuvo el título de Doctor en Artes en la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA, donde más tarde fue profesor consulto. Fundador y primer director del Área de Crítica de Artes de la Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina. Allí creó la revista *Figuraciones* y el Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica. Actualmente es Profesor Emérito en la UNA y continúa la tarea como investigador dedicado a pensar las relaciones entre las mediatizaciones y la producción artística y las prácticas estéticas. Publicó los libros: *Cine: el significante negado* (1984), *Cuerpos de papel. Figuraciones del cuerpo en la prensa, 1918-1940* (1997), *Estilo de época y comunicación mediática* (1997, junto a Oscar Steimberg), *Cuerpos de papel II. Figuraciones del cuerpo en la prensa, 1940-1970* (compilador, 2007), *Comer, beber, hablar* (2011, junto a Gustavo Aprea y Gastón De Lazzari), *El volver de las imágenes* (2009, junto a Marita Soto y Oscar Steimberg), *El dispositivo hipermedial dinámico. Pantallas críticas* (2011, junto a Patricia San Martín) e *Inflexiones del discurso* (2014).



# RESEÑAS



# Capitalismo de plataformas

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1.2894>

► LAURA AMARILLA

lauranoeliaamarilla@gmail.com - Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina.

Fecha de recepción: 19 de marzo de 2019

Fecha de aceptación: 5 de abril de 2019

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4100-959X>

*Capitalismo de plataformas* de Nick Srnicek (2018) es un ensayo que, como indica su título, estudia la articulación entre el sistema capitalista y los nuevos agentes que intervienen en él: las plataformas. El libro se divide en tres capítulos (más un apartado con una entrevista al autor) en los que se presenta una propuesta alternativa a través de la historia económica del capitalismo y la tecnología digital, un espacio de vacancia respecto de las investigaciones de referencia y la diversidad de formas económicas, y las tensiones competitivas inherentes a la economía contemporánea.

El argumento de este libro es que, con una prolongada caída de la rentabilidad de la manufactura, el capitalismo se volcó hacia los datos como modo de mantener el crecimiento económico y la vitalidad, de cara al inerte sector de producción (Srnicek, 2018, p. 13).

En ese contexto, las plataformas emergen como un nuevo modelo de negocios. El autor canadiense sintetiza las investigaciones realizadas sobre el tema y esboza un mapa de catalogación en lo que podría considerarse un acercamiento esencial para entender cómo funciona este nuevo paradigma: “entender nuestra posición en un contexto más amplio es el primer paso en la creación de estrategias para transformarlo” (p. 17).

Tal como plantea Fernández (2018) en otro libro dedicado a reflexionar sobre las plataformas mediáticas, “hoy todo aspecto de la vida social es susceptible de ser, en algún momento, *gestionado* a través de plataformas mediáticas” (p.15). Cuando el navegador web muestra algún anuncio publicitario relacionado con búsquedas del historial o incluso con conversaciones frecuentes, los usuarios oscilan entre el temor y el asombro hacia las cualidades panópticas de



Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra.

las nuevas tecnologías<sup>1</sup>. En esa línea, aunque con eje en los datos como nueva materia prima y en su procesamiento en favor de nuevos sistemas de negocios, Srnicek presenta las *plataformas* como un tipo de empresa que se caracteriza por proporcionar la infraestructura para mediar entre diferentes grupos usuarios, desplegar tendencias monopólicas impulsadas por efectos de red, hacer uso de subvenciones cruzadas para captar diferentes grupos usuarios y por tener una arquitectura central establecida que controla las posibilidades de interacción.

La introducción del libro de Srnicek delinea la estructura, los ejes temáticos y el marco teórico del trabajo realizado. En las primeras páginas se advierte el diferencial de su análisis, que excluye perspectivas sociológicas y antropológicas ya utilizadas para abordar estos cambios en el terreno de la economía y la cultura. Asimismo, el libro también se desprende de la disyuntiva que propone una posición de rechazo al poder de vigilancia de la red o, en su polo opuesto, la total aceptación de las nuevas tecnologías como herramientas para la democratización de la información<sup>2</sup>. En ese contexto, Srnicek plantea:

Podemos aprender mucho acerca de las empresas de tecnología más importantes tomándolas como actores económicos dentro de un modo capitalista de producción. Esto significa abstraerlas como actores culturales definidos por los valores de la ideología californiana<sup>3</sup> o como actores políticos que buscan ejercer el poder (2018, p. 10).

El primer capítulo se titula “La larga recesión” y gira en torno a los impactos de la migración desde el sistema de producción manufacturero hacia la recopilación de datos y sus nuevas estructuras. Para entender este recorrido, se centra en tres momentos que considera relevantes en la historia económica y los antecedentes que la configuran: la respuesta a la recesión de 1970; el *boom* y la caída de la década del 90; la respuesta a la crisis 2008. A lo largo de las 28 páginas que componen esta primera parte del ensayo, predomina la cita al pie –consecuencia del cruce analítico con trabajos anteriores– que permite sintetizar los acontecimientos de los últimos 30 años a partir de distintos textos de referencia.

- 1 El 12 de abril de 2018, el *youtuber* estadounidense Mitch Hollow transmitió en su canal de YouTube un registro donde puso a prueba el asistente de Google para comprobar si efectivamente utiliza fragmentos de grabaciones de audio del micrófono para obtener datos de los usuarios. El video continúa en línea y cuenta con más de 3 millones de visitas.
- 2 La discusión en torno a estas posiciones se puede leer en diversos artículos que toman partido frente a las posibilidades de concebir una sociedad transparente, la información libre y el control de poder gracias a la democratización de la red, y otros que atacan esta utopía centrándose en el poder de control que adquirieron las empresas con los sistemas de vigilancia y la extracción de datos habilitada por las nuevas tecnologías. Una perspectiva analítica se puede leer en el artículo de Lorena Oliva (2017) titulado: “¿El fin de la ilusión? La utopía de Internet que no supimos conseguir”.
- 3 La expresión *ideología californiana* fue acuñada por Richard Barbrook y Andy Cameron, y refiere a un conjunto de creencias que combina las actitudes bohemias y antiautoritarias de la contracultura de la década del 60 con el utopismo tecnológico y el apoyo al liberalismo económico.

En su análisis, Srnicek señala que el cambio de paradigma –desde las sociedades precapitalistas– condujo a una dependencia generalizada del mercado y empujó a los productores a la pérdida del acceso directo a sus medios de subsistencias. Esto los obligó a producir para competir. El factor decisivo para ello fue una excepción respecto de la norma histórica: la reducción en la desigualdad después de la Segunda Guerra Mundial, lo cual resultó un “insostenible buen período para el capitalismo” (2018, p. 10). Ante el declive de la rentabilidad, existieron dos intentos por revivir la ganancia, ambos vinculados a disminuir el poder adquirido por los sindicatos y la clase obrera. Más adelante, durante la década del 90, las finanzas crearon una burbuja financiera en la industria de Internet<sup>4</sup> que condujo a enormes inversiones que anunciaron un nuevo modelo de crecimiento. Fue así que Amazon Web Service, Google, Facebook, Apple y Microsoft, entre otras empresas, multiplicaron sus reservas en Estados Unidos y en el exterior.

Estos tres momentos configuraron la coyuntura contemporánea y la definieron como el producto de tendencias de largo plazo y movimientos cíclicos que surgieron en la década del 70 y crearon un gran cambio en estas condiciones generales, alejándose del empleo seguro y los gigantes industriales difíciles de manejar, para virar hacia el trabajo flexible y austeros modelos de negocio.

Una vez descrito el funcionamiento económico de la sociedad capitalista de los últimos 30 años, el segundo capítulo, denominado “Capitalismo de plataformas”, examina la materia prima en que se centró el sistema en el siglo XXI: los datos. Antes de sumergirse en el análisis que constituye la mayor parte del libro, Srnicek desmitifica la crítica a la recopilación de datos como método de vigilancia. Por un lado, advierte que se debe tener cautela ante la creencia que asume a la recopilación de datos y su análisis como un proceso automatizado y sin complicaciones. Por el otro, enumera los procesos que los vuelven rentables (*tracking*). Precisamente ese *trackeo* permite que los datos (información de que algo sucedió) se transformen en conocimiento (información de por qué algo sucedió).

La mayor parte de los datos precisa limpieza y se la deben organizar en formatos estandarizados para que sean utilizables. Del mismo modo, generar los algoritmos apropiados puede implicar ingresar manualmente secuencias de aprendizaje en un sistema. En conjunto esto significa que la recopilación de datos, al día de hoy, depende de una vasta infraestructura para detectar, grabar y analizar (2018, p. 42).

Luego Srnicek desarrolla el contenido central del capítulo: la clasificación de las *plataformas*. El autor procesa las investigaciones de referencia que le

<sup>4</sup> La crisis o burbuja de las *punto.com* se ubica en el período 1998-2002 (año de su estallido). Surge a partir de la sobrevaloración de las compañías tecnológicas con fines especulativos y fue protagonizada por las empresas que ofrecían servicios de Internet (AOL). Para más información, se sugiere leer el artículo de Guillem Alsina González (mayo de 2017).

permiten catalogar a las plataformas en cinco grandes grupos: plataformas publicitarias, de la nube, industriales, de productos y austeras. Todas ellas “tienen en común tres características ventajosas por sobre los modelos de negocio tradicionales” (2018, p. 45).

En primer lugar, en vez de tener que construir un mercado desde cero, una plataforma proporciona la infraestructura básica para mediar entre diferentes grupos. La segunda característica es que producen y dependen de *efectos de red*: al aumentar el número de usuarios aumenta el valor de esa plataforma. Facebook, por ejemplo, se ha convertido en la plataforma más grande de red social debido simplemente a la inmensa cantidad de gente que la utiliza; algo similar ha sucedido con WhatsApp (la aplicación de mensajería instantánea recientemente adquirida por Facebook) cuya principal competidora es Telegram, que ha tenido que conformarse con una cifra de usuarios ocho veces inferior pese a que muchas de sus características fueron pioneras en el campo (cifrado, *open source*, stickers, clips de video, edición y eliminación de mensajes enviados)<sup>5</sup>. La tercera y última característica común en estos cinco grandes grupos de plataformas son las subvenciones cruzadas: una rama de la compañía reduce el precio de un servicio o de un producto mientras que otra rama sube los precios para cubrir estas pérdidas (correo electrónico gratis para captar usuarios y publicidad de pago).

Empezando por las más antiguas, las plataformas publicitarias, que emergieron con el estallido de la burbuja de las *puntocom*, Google y Facebook estuvieron a la vanguardia de este proceso. Los datos extraídos pasaron de ser una forma de mejorar los servicios a volverse una manera de recolectar ingresos por publicidad. La promesa de venta de estos espacios era el alcance (a partir del análisis de los datos de los usuarios) a rangos de *target* específicos. Esto dio lugar a otra polémica que el autor resuelve brevemente: el hecho de que las plataformas utilicen datos para personalizar los avisos publicitarios, no implica que los usuarios puedan considerarse trabajadores esclavos de las compañías, ya que, en su mayor parte, las interacciones sociales no entran en procesos de valorización. Al examinar las actividades online de los usuarios, es difícil argumentar que lo que hacen es *trabajo*<sup>6</sup>.

El siguiente grupo al que le presta atención es el de las plataformas de la nube, cuyo análisis está centrado en el gigante estadounidense Amazon. Además de ser, por lejos, el empleador más grande en la economía digital con más de 2.300.000 trabajadores fijos y decenas de miles de trabajadores temporales, la plataforma se ha centrado en la subvención cruzada para ganar usuarios. Los

<sup>5</sup> La discusión entre cantidad de funciones y cantidad de usuarios en estas aplicaciones ha variado desde sus orígenes. Sin embargo, en esta categoría, la plataforma necesita de usuarios para poder subsistir. Una comparación actualizada entre las novedades que se insertaron para aportar diferencial fue realizada por el especialista Iván Ramírez en el artículo: “Whatsapp vs. Telegram ¿Cuál es la mejor aplicación de mensajería instantánea?”. El artículo tiene una versión actualizada en 2019.

<sup>6</sup> Resulta oportuno señalar que el autor aborda la definición de *trabajo* durante todo el texto (y especialmente en este apartado) desde la teoría marxista. Y lo hace utilizando como referencia a Marx (2010).



principales productos que distinguen su servicio *Amazon Prime* y *Kindle* son negocios que no producen ganancia: se atrae a los usuarios a la plataforma para obtener ganancias de otras formas.

En el tercer grupo (las plataformas industriales) aparecen Intel, Microsoft y Siemens. Son empresas que impulsan el desarrollo y el diseño de productos customizados y habilitados por la Internet industrial para optimizar sus líneas de producción. Así, una línea de ensamblaje puede “personalizar” cada unidad que pasa por ella: las botellas de jabón individuales pueden tener distintas fragancias, colores, etiquetas y jabones, todo producido automáticamente después de que el cliente hace su solicitud. Según plantea Srnicek, “la idea es que cada componente en el proceso de producción se vuelve capaz de comunicarse con máquinas de ensamblaje y con otros componentes sin que los guíen gerentes o trabajadores” (2018 p. 63).

El cuarto grupo clasificado son las plataformas de productos, encabezadas por las *on-demand*, cuyo análisis se centra en dos casos. El primer caso es el de Spotify. Esta plataforma recibe pagos tanto de los usuarios como de las discográficas y de los anunciantes, y resultó ser la clave para la resurrección de la industria de la música. El segundo tipo analizado es el servicio *on-demand* de bienes manufacturados. El caso Rolls-Royce (que introdujo la posibilidad de monitorear su producción de motores aeronáuticos una vez vendidos a través de un sistema de sensores) ofrece los bienes como servicios: las compañías aéreas pagan una tasa por las horas de empleo de cada motor de reacción y el fabricante les provee mantenimiento y repuestos (Srnicek, 2018). La eficacia en el control de deterioro está basada en la recopilación y análisis de datos, una vez más esencial como en cualquiera de las otras plataformas.

El último grupo es el de las plataformas austeras, que son aquellas que no poseen bienes, pero son dueñas del activo más importante: el software que habilita al servicio y el análisis de datos. Así, Uber es una empresa de taxis que no tiene automóviles, Airbnb es una empresa de alquileres temporales que no posee propiedades, etc. El hincapié en este último grupo está centrado en dos aspectos: la situación de los trabajadores subcontratados y la imposibilidad de crecimiento de estas empresas. El primer aspecto aborda las problemáticas de falta de seguro médico, derechos y beneficios de los empleados de las compañías con modelos de negocio *austero*<sup>7</sup>. Sin embargo, este asunto es transversal y comprende a todas las empresas que gestionan sus negocios a través de plataformas (Apple, Amazon, etc.)<sup>8</sup>. Con respecto al segundo aspecto sobre el carácter efímero de este modelo, el canadiense enfatiza:

7 La revista digital *Anfibia* publicó en el mes de marzo de 2019 el primer capítulo de la producción audiovisual: *Plataformas: una serie documental*. El mismo se titula “Un click y no trabajas más” y sitúa en la escena latinoamericana la problemática descrita por el autor en este apartado del libro.

8 Este contexto de precarización laboral fue analizado previamente en el artículo “#Acelera. Manifiesto por una política aceleracionista” (Srnicek & Williams, 2015). Entre otras cosas, los autores señalan que sin un enfoque sistemático para construir un nuevo modelo económico ni la solidaridad estructural necesaria para promover cambios, las fuerzas laborales siguen siendo relativamente impotentes.

En términos de tercerización, el modelo austero es todavía un jugador menor en una tendencia de largo plazo. La capacidad de generar ganancias que tiene la mayor parte de los modelos austeros también parece ser mínima y estar limitada a unas pocas tareas especializadas. E incluso en esos casos los modelos austeros más exitosos han estado respaldados más por riqueza de CR que por algún tipo de generación significativa de ganancia (Srnicek, 2018 p. 83).

Finalmente, en el último capítulo, “La guerra de las grandes plataformas”, se gestiona toda la información analizada previamente para obtener conclusiones más globales. Por un lado, se evidencia que todos estos modelos de negocios están en constante cambio porque, para no perder rentabilidad, no sólo deben mutar a la velocidad que lo hacen los deseos y las necesidades de usuarios y potenciales clientes, sino que también necesitan ganar terreno frente a sus competidores. La consecuencia directa de esta vertiginosidad es una tendencia a la monopolización (desarrollar más funciones dentro de la misma plataforma para que los usuarios no tengan que salir de ella). Este cierre del ecosistema obliga a las grandes empresas a mudarse hacia estos modelos de negocios y a realizar importantes inversiones en la *Internet de las cosas*<sup>9</sup>, cuya acumulación de datos les permita generar ganancias (tecnologías portátiles Nike, Google Now para Android, Siri para iOS, etc.).

Las reflexiones del ensayo, junto a la entrevista a modo de epílogo ampliatorio, pronosticaron algunos de los hechos que, al momento de escribirse este artículo, ya están ocurriendo: las plataformas de productos no pueden sostenerse con las subvenciones cruzadas de la venta de publicidad y deben mutar al pago directo<sup>10</sup>. El desarrollo de inteligencia artificial (principal inversión de Google) avanza a pasos agigantados<sup>11</sup>.

Asimismo, las conclusiones más incisivas del autor hacia el final de *Capitalismo de plataformas* proponen la intervención del Estado como regulador de las tecnologías existentes, pero también como desarrollador de plataformas públicas que garanticen a los usuarios, trabajadores y clientes, autonomía, derechos y beneficios. En resumen, puede decirse que este libro brinda un acercamiento a la historia económica de la tecnología digital a partir de un análisis alternativo y contemporáneo. Las herramientas teóricas utilizadas para el análisis son el resultado de un cruce interdisciplinar con principal foco en los datos como materia prima y su influencia en la configuración de los nuevos modelos de negocio imperantes.

9 El concepto es usado para referir a la interconexión digital entre objetos cotidianos e Internet, la conexión con más objetos y menos personas.

10 El lanzamiento de Youtube Premium en los países de Latinoamérica es una evidencia de que esta predicción referida por Hal Varian (7 de septiembre de 2015) en el artículo “Big Data Economic Measurement”, lo cual deja ver la velocidad con la que mutan las estructuras económicas.

11 Google Duplex AI es un complemento presentado en Google I/O en mayo de 2018 y que permite que el asistente realice llamados que requieren la interacción con humanos (turno salón de belleza, turnos médicos, reservas de restaurantes, etc.) sin la intervención del usuario.

## REFERENCIAS

- Alsina González, G. (mayo de 2017). Definición de Burbuja “Puntocom”. En *Definición ABC*. Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/tecnologia/burbuja-puntocom.php>
- Hollow, M. (productor). (2018). Is Google always listening: Live Test. En *Youtube*. Recuperado de: [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=1&v=zBnDWSvaQII](https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=zBnDWSvaQII)
- Marx, K. (2010). *El Capital*. Madrid: Alianza Editorial.
- Oliva, L. (12 de febrero de 2017). ¿El fin de la ilusión? La utopía de Internet que no supimos conseguir. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/opinion/el-fin-de-la-ilusion-la-utopia-de-internet-que-no-supimos-conseguir-nid1983214>
- Pérez Vizzón, T. (2019). Plataformas, una serie documental. Un click y no trabajás más. *Anfibia*. Recuperado de: <https://revistaanfibia.com/cronica/un-click-y-no-trabajas-mas/>
- Ramírez, I. (2019). Whatsapp vs. Telegram ¿Cuál es la mejor aplicación de mensajería instantánea? *Xataka*. Recuperado de: <https://www.xatakandroid.com/comunicacion-y-mensajeria/whatsapp-vs-telegram-cual-mejor-aplicacion-mensajeria>
- S/R (2019). *Google Duplex: AI assistant Calls Local Businesses to Make Appointments*. Recuperado de: [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=7&v=D5VN56jQMWM](https://www.youtube.com/watch?time_continue=7&v=D5VN56jQMWM)
- S/R (4 de mayo de 2018). Un youtuber reveló un misterio: ¿Google nos escucha a través de los teléfonos? *Clarín*. Recuperado de: [https://www.clarin.com/tecnologia/youtuber-revelo-misterio-google-escuchan-traves-telefonos\\_0\\_S1VFJ0F6z.html](https://www.clarin.com/tecnologia/youtuber-revelo-misterio-google-escuchan-traves-telefonos_0_S1VFJ0F6z.html)
- Srnicek, N. & Williams, A. (2015). *#Acelera. Manifiesto por una política aceleracionista*. WordPress. Recuperado de: <https://syntheticedifice.files.wordpress.com/2013/08/manifiesto-aceleracionista1.pdf>
- Srnicek, N. & Williams, A. (2015b). *Inventing the Future: Postcapitalism and a World Without Work*. Nueva York: Verso.
- Varian, H. (2015). *Big Data and Real-Time Economic Measurement*. Recuperado de: <https://www.houseoffinance.se/big-data-and-real-time-economic-measurement/>

\*Contribución: 100% del trabajo pertenece a la autora.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

---

---

#### IDENTIFICACIÓN DE LA AUTORA

---

---

**Laura Amarilla.** Licenciada en Crítica de Artes por Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina. Integrante de equipos de investigación en el Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica de la UNA en las áreas de filosofía, semiótica, comunicación y mediatizaciones. Fue becaria en el proyecto “Puesta en marcha del Repositorio Digital Institucional” (RID-UNA). Dirige el grupo de estudio y experimentación “Cruces entre el feminismo y el arte contemporáneo argentino: teoría y práctica”. Participó en coloquios, congresos y proyectos de voluntariado en formación artística y compromiso social (UNA). Colabora en la revista digital *ArteCríticas* y en el portal *FemiNACIDA* (Editorial Sudestada).

---

---

#### REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

---

---

Amarilla, L. (enero-junio, 2019). Capitalismo de plataformas. *InMediaciones de la Comunicación*, 14(1), 219-226

# Máquinas de mentir

## “Noticias falsas” y “posverdad”

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1.2895>

### ► FABIÁN BERGERO

beter3@gmail.com - Universidad Nacional del Comahue (UNComa), Argentina.

Fecha de recepción: 15 de marzo de 2019

Fecha de aceptación: 4 de abril de 2019

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0108-7817>

### NOTICIAS EN DOS MUNDOS

Son tiempos singulares para el periodismo. Seguramente cada época de sus cuatro siglos de vida también lo fueron, pero la actual encierra desafíos excepcionales para la profesión. ¿Qué caracteriza esta etapa? En principio, que el relato de los hechos de actualidad ya no es patrimonio exclusivo de los grandes medios. Tampoco la circulación de noticias, que ha pasado a manos de las poderosas plataformas digitales como Google y las redes sociales. En el medio, las audiencias disputan retazos de agenda pública a través de su participación en esas redes. Lo hacen a partir de hechos que conocen de modo incidental (Boczkowski & Mitchelstein, 2016) en sus muros, previamente filtrados por impenetrables y sesgados algoritmos y por sistemas de segmentación de audiencias (World Wide Web Foundation, abril de 2018). La información falsa y las campañas de desinformación circulan y se expanden en las redes, plataformas y medios, así generan gran confusión en una ciudadanía que quiere construir un relato colectivo lo más veraz posible de la actualidad (Gomis, 2001). Los medios y los periodistas ya no pueden controlar ese caudal de información. La crisis alcanzó y desbordó a las grandes cabeceras. En medio del desconcierto, las plataformas avanzan sin control ni regulación.



Mazzone, D. (2018). *Máquinas de mentir. “Noticias falsas” y “posverdad”*. Buenos Aires: Cruja Futuribles.

ENERO - JUNIO 2019

227

INMEDIACIONES

En ese terreno inestable es donde decide meterse Daniel Mazzone, catedrático e investigador en el campo del periodismo digital, con su libro *Máquinas de mentir*. “Noticias falsas” y “posverdad”. Lo hace con la idea de diseccionar el modo en que esos hechos inventados se convierten en noticias para algunos medios y plataformas, y cómo esto repercute en la sociedad abierta.

Mazzone se aventura en este escenario con un par de hipótesis claras. La primera es que se ha agotado el *contrato de comunicación* que la sociedad mantenía con los medios tradicionales. Ese pacto de fidelidad que permaneció casi inalterado en el seno del *ecosistema industrial de medios* es el que establecía que editores y propietarios de medios se hacían responsables de la información que circulaba. La actual era digital, el tiempo de la simultaneidad y de las plataformas imponen nuevos acuerdos que se superponen con los anteriores, pero no terminan de cuajar una nueva relación que haga responsable a las redes de la calidad y la veracidad de las informaciones. La otra hipótesis sostiene que las plataformas digitales, como Facebook, han ocupado el lugar de la distribución y de la circulación de noticias aun cuando no han sido legitimadas para construir la verdad social.

El libro se organiza en tres partes. En la primera, el autor analiza los modos de construir verdad en las sociedades industriales, la relación con los medios y el compromiso del periodismo de respetar los pactos de comunicación. Allí describe cómo el advenimiento del nuevo ecosistema digital planteó nuevas lógicas en cuanto a cantidad, velocidad de circulación y dispersión de las agendas. Y, sobre todo, refiere a la imposibilidad de que alguien se responsabilice por la cantidad de información que circula.

La segunda parte complejiza el panorama: coloca en una línea de tiempo la relación entre medios y la elaboración/construcción social de la verdad, en un contexto de grandes cambios producidos en la era industrial (entre ellos, la conformación del ciudadano como actor político). En esa cronología, incorpora la aparición de los medios digitales, el desplazamiento del diario como medio hegemónico y el agotamiento de las condiciones que regían el contrato industrial. Asimismo, plantea las dificultades que existen para la reconstitución de nuevos pactos comunicativos en el actual contexto de crisis de circulación de textos.

En la tercera parte del libro, Mazzone tensiona los dos modelos vigentes y los conflictos entre la sociedad, los medios y las plataformas. Es el lugar donde el autor enumera los esfuerzos que se vienen realizando para atacar la crisis de circulación de textos falsos: las plataformas de *fact-checking* y los insuficientes y poco creíbles compromisos de las redes por evitarlos. Expone sus propuestas para enfrentar este escenario de caos, poniendo un singular peso en el periodismo, pero también en la responsabilidad de las plataformas, el debate y la regulación –en ese orden–, y el compromiso de la sociedad para sumar más presión en el reclamo de un compromiso efectivo de las plataformas.

## LA CONFRONTACIÓN DE MODELOS

La obra de Mazzone propone una mirada relacional de los medios de la era industrial, las plataformas de la era digital y la sociedad abierta que transita ambos universos de producción y circulación informativa. Un encuentro al que describe como un choque de placas tectónicas, que ocasiona consecuencias “multidimensionales”.

Esa descripción de los modos complejos de relación (los *contratos de comunicación*) y su evolución en el tiempo permiten poner en perspectiva ese proceso en los últimos cuatro siglos. El modo en que la fidelidad a las cabecezas impresas fue mutando hacia un nuevo vínculo –acaso de infidelidad– con medios, redes y plataformas, describe un ecosistema en el que conviven viejos tratos y nuevos acuerdos aun líquidos. Se trata de un aspecto que desvela a los medios en la web, y que va atado al modelo de negocio.

Resulta valiosa la descripción de conflictos que ponen en evidencia la falta de control de las plataformas para desinformar, generar contra-campañas o evidenciar las vulnerabilidades de las redes: el caso de las cuentas falsas rusas en Facebook o los anuncios de grandes empresas multinacionales en videos extremistas nacionalistas. O, en la otra vereda, ejemplos de cómo las audiencias, a su modo, se revelan (contra Spotify, Posbroadcasting o Pepsi) frente a los programadores de las redes, ejerciendo sistemas de autocontrol allí donde reina el descontrol. Incluso la adenda que analiza el *affaire* de Cambridge Analytica, que viene a reforzar el posicionamiento del autor.

El despiece meticuloso de estas tensiones, disputas y acuerdos en un contexto en el que “todo está desbordado y reorganizándose” (p. 158) se entrelaza con propuestas claras que tienden a una reprogramación de las redes, en términos de Castells (2009), y de las relaciones entre éstas y la sociedad. En ese camino no deja de objetar la tolerancia de la sociedad hacia las grandes plataformas, que piden disculpas cada vez que protagonizan descomunales transferencias de información de los y las usuarios hacia actores públicos o privados que lucran directa o indirectamente con esos datos.

Otro aporte singular del libro *Máquinas de mentir* radica en denunciar el impacto del *microtargeting* en esta crisis. El autor lo describe como una herramienta “quirúrgica” que permite llegar a la audiencia exacta de cada producto a la venta o de cada campaña de información/desinformación planificada. Como bien señala Mazzone, es el corazón del negocio de las plataformas, y su lógica de funcionamiento es un tesoro bajo siete llaves. Ponerlo en evidencia y someterlo a discusión es un esfuerzo valorable.

La multidimensionalidad que el autor le da al tema de la desinformación y la difusión de hechos falsos permite disparar miradas desde y hacia diferentes aspectos del asunto. La crisis de las grandes cabeceras y la búsqueda continua de un nuevo modelo de negocios en el entorno digital. Las decisiones editoriales

de esos medios para captar la atención de las audiencias, que no siempre van en el sentido de construir un nuevo pacto comunicativo, sino más bien de sumar más *clicks* (Mitchelstein & Boczkowski, 2018). Atado a ello, la calidad informativa y el ejercicio ético de la profesión y el rol de periodistas en sus redes sociales, como referentes informativos, y las condiciones que los medios les imponen en el manejo de sus cuentas (Rost & Bergero, 2011), entre otros aspectos. El libro también abre el debate sobre las redes sociales: el impacto de los algoritmos en la selección de la dieta informativa personalizada, los modos de distribución y el uso de la información privada, en un contexto de falta de regulación y de *limbo normativo*, en términos de Labate y Kolyvakis (2017).

Quizás la enorme confianza del autor en el periodismo como primera trincherera en la batalla contra la falsedad informativa requiera de una discusión más amplia. En principio, porque la competencia entre medios digitales por la primicia termina por componer una agenda de temas y tratamientos informativos homogéneos, en una pelea que acaba por horadar la calidad y la profundidad a las noticias<sup>1</sup>. Por otro lado, porque en algunos países la credibilidad de los medios y de los profesionales del periodismo está siendo cuestionada por su parcialidad y su compromiso con intereses que nada tienen que ver con el ejercicio del oficio.

*Máquinas de mentir* es un hipertexto valioso y necesario para comenzar la conversación sobre cómo recuperar el control en medio de esta monumental crisis de circulación de textos informativos.

## REFERENCIAS

- Boczkowski, P. & Mitchelstein, E. (2018). La tiranía del click. *Anfibia*. Recuperado de: <http://revistaanfibia.com/ensayo/la-tirania-del-click/>
- Boczkowski, P. & Mitchelstein, E. (2016). Noticias, jóvenes y consumo. El medio ya no es medio ni mensaje. *Anfibia*. Recuperado de: <http://revistaanfibia.com/ensayo/medio-ya-no-mensaje/>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza.
- Gomis, L. (2001). *Teoría del Periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- Labate, C. & Kolyvakis, P. (2010). Neutralidad de la red en Argentina: entre la indefinición del concepto y la falta de política regulatoria. En C. Arrueta & C. Labate (editores), *La comunicación digital, Redes sociales, nuevas audiencias y convergencia: desafíos y oportunidades para la industria, el Estado y los usuarios* (67-88). Buenos Aires: Fadeccos.

1 Se recomienda la lectura de la entrevista de Ivan Shuliaquer (2014) a Pablo Boczkowski en el libro *El Poder de los Medios. Seis intelectuales en busca de definiciones*.



Rost, A. & Bergero, F. (2011). *Manuales de conducta para uso de las redes sociales: ¿Mordazas para el periodismo libre?* Recuperado de: [https://www.academia.edu/1535025/\\_Manuales\\_de\\_conducta\\_para\\_uso\\_de\\_las\\_redes\\_sociales\\_Mordazas\\_para\\_el\\_periodismo\\_libre\\_](https://www.academia.edu/1535025/_Manuales_de_conducta_para_uso_de_las_redes_sociales_Mordazas_para_el_periodismo_libre_)

Shuliaquer, I. (2014). *El Poder de los Medios. Seis intelectuales en busca de definiciones*. Buenos Aires: Capital Intelectual.

World Wide Web Foundation (abril de 2018). *La Mano Invisible: El news feed de Facebook y nuestra dieta informativa*. Recuperado de: [http://webfoundation.org/docs/2018/04/WF\\_ICC\\_Spanish\\_Screen\\_V2.pdf](http://webfoundation.org/docs/2018/04/WF_ICC_Spanish_Screen_V2.pdf)

\*Contribución: 100% del trabajo pertenece al autor.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

#### IDENTIFICACIÓN DEL AUTOR

**Fabián Bergero.** Máster en Periodismo y Medios de Comunicación, Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Argentina. Director de la carrera de Comunicación Social (DepCom) de la Universidad Nacional del Comahue (UNComa), Argentina. Profesor de las áreas docente en Periodismo Impreso y Digital y Gestión y Producción, Licenciatura en Comunicación Social, UNComa. Es integrante del equipo de investigación sobre "Rutinas, Nuevas narrativas e Interactividad en los medios digitales regionales y nacionales" (D-108), UNComa. Periodista y editor independiente, entre 1986 y 2010. Secretario de Redacción de la revista *En(Clave) Comahue*, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, UNComa. Entre sus publicaciones puede mencionarse: *Periodismo Transmedia. La narración distribuida de la noticia* (en coautoría con Rost y Bernardi; 2017) y *Periodismo en tiempo de convergencias* (en coautoría con Rost; 2012). Participó del capítulo argentino de *Ciberperiodismo en Iberoamérica* (coordinado por Salaverria; 2016) y del capítulo de Periodismo Transmedia como Estrategia publicado en el libro *Periodismo Ubicuo* (Colussi et al., 2018).

#### REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

Bergero, F. (enero-junio, 2019). Máquinas de mentir. "Noticias falsas" y "posverdad". *InMediaciones de la Comunicación*, 14(1), 227-231



# Declaración de ética editorial y buenas prácticas

Revista académica *InMediaciones de la Comunicación*, Escuela de Comunicación, Facultad de Comunicación y Diseño, Universidad ORT Uruguay

La Escuela de Comunicación de la Facultad de Comunicación y Diseño, perteneciente a la Universidad ORT Uruguay, promueve la edición de la revista *InMediaciones de la Comunicación* (*Inmediac. Comun.*), en formato papel desde 1998 y en formato digital desde el año 2017, con el propósito de difundir contenido académico riguroso y de calidad en el campo de la comunicación y disciplinas afines. El contenido es de acceso abierto y está dirigido a investigadores, docentes, estudiantes de grado y posgrado, poniendo en circulación material escrito que es previamente seleccionado por el Comité Editorial y el Consejo Asesor, y evaluado a través del sistema doble ciego con la intervención de árbitros externos.

Asimismo, la Escuela de Comunicación se compromete a garantizar la ética de los artículos que se publican en *Inmediac. Comun.* Es imprescindible que todas las partes implicadas en el proceso de edición —directores, evaluadores y autores— conozcan y acaten los criterios establecidos y respeten las directrices fijadas para la publicación de artículos, reseñas, entrevistas y otros géneros de la producción académica.

Una vez aceptado un artículo y/o una reseña para su publicación, *Inmediac. Comun.* podrá disponer de este material tanto en formato impreso como por medios electrónicos, cd, Internet u otro dispositivo conocido o por conocer. Para ello, el autor o los autores autorizarán de forma escrita la reproducción, distribución, exhibición y comunicación del material. Dicho uso tiene como fin divulgar el trabajo en la comunidad científica y académica nacional e internacional y no persigue fines de lucro y el autor o los autores conservarán los derechos morales y patrimoniales del artículo.

## Comité Editorial y Consejo Asesor

1- Se responsabilizan, junto al editor/a invitado/a de cada volumen, de publicar o no los artículos recibidos. Los mismos serán evaluados sin tener en cuenta la religión, la orientación sexual o política, el origen étnico, la pertenencia institucional, la ciudadanía o cualquier otra particularidad ajena a los parámetros académicos y criterios editoriales fijados por la revista *Inmediac. Comun.*

2- Se comprometen a publicar directrices para autores/as actualizadas en las que se establecen las responsabilidades de los postulantes y las normas de estilo que deben presentar los trabajos enviados a la revista. También se especifica el sistema de arbitraje utilizado para seleccionar los artículos y los parámetros de evaluación que los árbitros externos deben contemplar.

3- Se comprometen a garantizar la confidencialidad del proceso de evaluación. El mismo engloba el anonimato de los evaluadores y de los autores y la privacidad del dictamen producido por los evaluadores, de los contenidos evaluados y de los intercambios o consultas que le sean planteados al Comité Editorial o al Editor/a Invitado/a. Asimismo, mantendrán la confidencialidad ante posibles aclaraciones o reclamos que un autor desee enviar a los evaluadores del artículo.

4- Garantizan la publicación de las correcciones, aclaraciones y/o disculpas en todos los casos que se considere necesario.

5- Se responsabilizan de que los artículos recibidos no serán utilizados como insumo de otras investigaciones ni serán objeto de manipulación alguna sin el consentimiento de sus autores.

6- Se comprometen a tener un estricto respeto por la autoría. Los textos serán sometidos a control de plagio usando el servicio de prevención Turnitin. En caso de detectar alguna anomalía se les comunicarán los resultados a los autores, solicitándoles las aclaraciones pertinentes antes de definir si se trata de un comportamiento de plagio. El Comité Editorial y el Consejo Asesor actuarán en cada caso con tanta rapidez como le sea posible y aquellos artículos que se identifiquen como plagio se eliminarán de la revista o no se llegarán a publicar.

7- Declaran su compromiso por el respeto y la integridad de los trabajos que ya se han publicado.

## Los autores

8- Se hacen responsables de las postulaciones y del contenido de los artículos enviados a la revista *Inmediac. Comun.* En tal sentido, deben garantizar que el artículo y los materiales asociados son de autoría propia y no infringen los derechos de autor de terceros.

9- Se comprometen a informar al Director, al Comité Editorial o al Editor/a Invitado/a del volumen cuando detecten un error relevante en los artículos publicados, con el fin de rectificar e introducir las correcciones que sean necesarias.

10- En caso de coautoría, deben justificar y presentar constancia de que existe el consentimiento de todos los autores del artículo enviado y postulado para su publicación en *Inmediac. Comun.*

11- En caso de que el artículo recoja adelantos de investigaciones previamente presentados en Jornadas, Coloquios o Congresos, debe ser informado oportunamente al Director, al Comité Editorial o al Editor/a Invitado/a del volumen.

## Los evaluadores/árbitros externos

12- Se comprometen a hacer una revisión rigurosa, crítica e imparcial del artículo sujeto a evaluación. La misma tendrá en cuenta los criterios o parámetros de evaluación establecidos por la revista *Inmediac. Comun.*

13- Garantizan la aceptación o el rechazo del artículo evaluado de acuerdo a la relevancia del mismo, su originalidad, el interés y la pertinencia del contenido y el cumplimiento de las normas de estilo indicadas en las directrices correspondientes.

14- Se comprometen a respetar los plazos de devolución fijados por el Comité Editorial. En caso de contingencias que impidan cumplir dichos plazos, deben informarlo al Director, al Comité Editorial o al Editor/a Invitado/a con la antelación suficiente para poder responder al cronograma previsto por la revista.

15- Se comprometen a no difundir ni utilizar, bajo ninguna circunstancia, los contenidos de los artículos evaluados. Solamente será esto posible con el permiso de los autores y el Director o Comité Editorial de la revista.



# Declaration of editorial ethics and good practices

Academic journal *InMediaciones de la Comunicación*, School of Communication,  
Faculty of Communication and Design, Universidad ORT Uruguay

The School of Communication of the Faculty of Communication and Design, belonging to Universidad ORT Uruguay, promotes the edition of the journal *InMediaciones de la Comunicación* (*Inmediac. Comun.*), in paper format since 1998 and in digital format since the year 2017, with the purpose of disseminating rigorous and quality academic content in the field of communication and other related areas of study. The content is open access and is aimed at researchers, professors, undergraduate and graduate students, putting into circulation written material that is previously selected by the Editorial Committee and the Advisory Board, and evaluated through the double blind system with the intervention of external referees.

Likewise, the School of Communication is committed to guarantee the ethics of the articles that are published in *Inmediac. Comun.* It is imperative that all the parties involved in the editing process — directors, evaluators and authors — know and abide by the established criteria and respect the guidelines set for the publication of articles, reviews, interviews and other genres of the academic production.

Once accepted an article and/or a review for publication, *Inmediac. Comun.* could dispose of this material both in printed format and by electronic means, cd, Internet or another device known or to be known. For this purpose, the author or authors should authorize in writing the reproduction, distribution, display and communication of the material. The use is intended to divulge the work in the scientific and academic community, and does not pursue profit; the author or authors will preserve the moral and patrimonial rights of the article.

## Editorial Committee and Advisory Board

1- They are responsible, together with the guest editor of each volume, to publish or not the received articles. Those will be evaluated without taking into account the religion, sexual or political orientation, ethnic origin, institutional belonging, citizenship, or any other peculiarity beyond the academic parameters and editorial criteria established by the *Inmediac. Comun.* journal.

2- They are committed to publish the updated guidelines for the authors in which the responsibilities of the applicants are established as well as the style rules that should be followed in the papers sent to the journal. It also specifies the arbitration system used to select the articles, and the evaluation parameters that external arbitrators must contemplate.

3- Are committed to guarantee the confidentiality of the evaluation process. It includes the anonymity of the evaluators and the authors, and the privacy of the opinion produced by the evaluators regarding the evaluated contents, and that of the exchanges or consultations presented to the Editorial Committee or to the Guest Editor. Moreover, they will keep the confidentiality in the case of any clarifications or claims that an author wishes to send to the evaluators of the article.

4- Guarantee the publication of corrections, clarifications and/or apologies in all the cases in which this is considered necessary.

5- They are responsible for the fact that the received articles will not be used as an input of other research nor will they be manipulated without the consent of the authors.

6- Are committed to have a strict respect for authorship. Texts will be subject to plagiarism control by using the Turnitin prevention service. In case of detecting any anomaly, the results will be communicated to the authors, requesting the pertinent clarifications before defining if it is a plagiarism behaviour. The Editorial Committee and the Advisory Board will act in each case as quickly as possible and those articles that are identified as plagiarism will be removed from the journal or will not be published.

7- Declare their commitment for the respect and integrity of the works that have already been published.

## The authors

8- They are responsible for the applications and content of the articles sent to the *Inmediac. Comun.* journal. In this respect, they must guarantee that the article and the associated materials are of their own authorship and do not infringe the copyrights of third parties.

9- They agree to inform the Director, the Editorial Committee or the Guest Editor of the volume when they detect a relevant error in the published articles, in order to rectify or introduce the necessary corrections.

10- In case of co-authorship, they must justify and submit proof that there is consent of all the authors of the article sent and submitted for its publication in *Inmediac. Comun.*

11- In case the article collects research advances previously presented in Conferences, Colloquiums or Congresses, it must be informed in a timely manner to the Director, Editorial Committee or Guest Editor of the volume.

## The evaluators / external arbitrators

12- Are committed to a rigorous, critical and impartial review of the article subject to evaluation. It will take into account the evaluation criteria or parameters established by the *Inmediac. Comun.* journal.

13- Guarantee the acceptance or rejection of the article evaluated according to its relevance, originality, interest and relevance of the content, and compliance with the style rules outlined in the corresponding guidelines.

14- They undertake to respect the return deadlines set by the Editorial Committee. In case of contingencies that prevent meeting the deadlines, they must inform the Director, the Editorial Committee or Guest Editor with sufficient time to be able to fulfill the schedule foreseen by the journal.

15- They compromise not to disseminate or use, under any circumstance, the contents of the evaluated articles. This will only be possible with the permission of the authors and the Director or Editorial Committee of the journal.



# Declaração de ética editorial e boas práticas

Revista acadêmica *InMediaciones de la Comunicación*, Escola de Comunicação,  
Faculdade de Comunicação e Desenho, Universidade ORT Uruguai

A Escola de Comunicação da Faculdade de Comunicação e Desenho, pertencente à Universidade ORT Uruguai, promove a edição da revista *InMediaciones de la Comunicación* (*Inmediac. Comun.*), em formato papel desde 1998 e em formato digital desde 2017, com o propósito de difundir conteúdo acadêmico rigoroso e de qualidade no campo da comunicação e disciplinas relacionadas. O conteúdo é de acesso aberto e está dirigido a pesquisadores, docentes, estudantes de graduação e pós-graduação, colocando em circulação material escrito previamente selecionado pelo Comitê Editorial e pelo Conselho Assessor, e avaliado através do sistema duplo cego com a intervenção de árbitros externos.

A Escola de Comunicação assume o compromisso de garantir a ética dos artigos que são publicados em *Inmediac. Comun.* É imprescindível que todas as partes envolvidas no processo de edição – diretores, avaliadores e autores – conheçam e acatem os critérios estabelecidos e respeitem as diretrizes fixadas para a publicação de artigos, resenhas, entrevistas e outros gêneros da produção acadêmica.

Quando um artigo e/ou resenha for aceito para publicação, *Inmediac. Comun.* poderá dispor deste material, tanto em formato impresso como por meios eletrônicos, CD, Internet ou outro dispositivo conhecido ou por conhecer. Para tanto, o autor ou autores autorizam por escrito a reprodução, distribuição, exibição e comunicação do material. Dito uso tem como finalidade divulgar o trabalho na comunidade científica e acadêmica nacional e internacional e não visa fins de lucro, e o autor ou autores conservarão os direitos morais e patrimoniais sobre o artigo.

## Comitê Editorial e Conselho Assessor

1- Responsabilizam-se, junto ao editor/a convidado/a de cada volume, pela publicação ou não dos artigos recebidos. Os mesmos serão avaliados sem ser levada em consideração a religião, a orientação sexual ou política, a origem étnica, a vinculação institucional, a cidadania ou qualquer outra particularidade alheia aos parâmetros acadêmicos e critérios editoriais fixados pela revista *Inmediac. Comun.*

2- Comprometem-se a publicar diretrizes atualizadas para autores/as, nas quais sejam estabelecidas as responsabilidades dos postulantes e as normas de estilo que devem ser seguidas nos trabalhos enviados à revista. Também se especifica o sistema de arbitragem utilizado para selecionar os artigos e os parâmetros de avaliação que devem ser contemplados pelos árbitros externos.

3- Comprometem-se a garantir a confidencialidade do processo de avaliação. O mesmo engloba o anonimato dos avaliadores e dos autores e a privacidade do ditame produzido pelos avaliadores, dos conteúdos avaliados e dos intercâmbios ou consultas que sejam propostos ao Comitê Editorial ou ao Editor/a Convidado/a. Além disso, manterão a confidencialidade frente a possíveis esclarecimentos ou reclamações que um autor deseje enviar aos avaliadores do artigo.

4- Garantem a publicação de correções, esclarecimentos e/ou desculpas em todos os casos em que se considere necessário.

5- Responsabilizam-se que os artigos recebidos não serão utilizados como insumo para outras pesquisas, nem serão objeto de nenhuma manipulação sem o consentimento de seus autores.

6- Comprometem-se a ter um estrito respeito pela autoria. Os textos serão submetidos a controle de plágio usando o serviço de prevenção Turnitin. Em caso de detecção de alguma anomalia os resultados serão comunicados aos autores, com a solicitação dos esclarecimentos pertinentes antes de definir que se trata de um comportamento de plágio. O Comitê Editorial e o Conselho Assessor agirão em cada caso com toda rapidez possível e aqueles artigos que sejam identificados como plágio serão eliminados da revista ou não chegarão a ser publicados.

7- Declaram seu compromisso com o respeito e a integridade dos trabalhos que já foram publicados.

## Os autores

8- Responsabilizam-se pelas postulações e pelo conteúdo dos artigos enviados à revista *Inmediac. Comun.* Nesse sentido, devem garantir que o artigo e os materiais associados são de autoria própria e não infringem os direitos autorais de terceiros.

9- Comprometem-se a informar ao Diretor, ao Comitê Editorial ou ao Editor/a Convidado/a do volume se detectarem um erro relevante nos artigos publicados, com o fim de retificar e introduzir as correções que sejam necessárias.

10- Em caso de coautoria, devem justificar e apresentar constância de que existe o consentimento de todos os autores do artigo enviado e postulado para sua publicação em *Inmediac. Comun.*

11- Caso o artigo recolha dados de avanços de pesquisas previamente apresentados em Jornadas, Colóquios ou Congressos, o fato deve ser informado oportunamente ao Diretor, ao Comitê Editorial ou ao Editor/a Convidado/a do volume.

## Os avaliadores/árbitros externos

12- Comprometem-se a fazer uma revisão rigorosa, crítica e imparcial do artigo sujeito a avaliação. A mesma levará em consideração os critérios ou parâmetros de avaliação estabelecidos pela revista *Inmediac. Comun.*

13- Garantem a aceitação ou rejeição do artigo avaliado de acordo com a relevância do mesmo, sua originalidade, o interesse e a pertinência do conteúdo e o cumprimento das normas de estilo indicadas nas diretrizes correspondentes.

14- Comprometem-se a respeitar os prazos de devolução fixados pelo Comitê Editorial. No caso de contingência que impeça cumprir ditos prazos, devem informar o fato ao Diretor, ao Comitê Editorial ou ao Editor/a Convidado/a com antecipação suficiente para poder responder ao cronograma previsto pela revista.

15- Comprometem-se a não difundir nem utilizar, em nenhuma circunstância, os conteúdos dos artigos avaliados. Isso somente será possível com a autorização dos autores e do Diretor ou Comitê Editorial da revista.





# Normas de estilo para la presentación de artículos

Manual para la presentación de artículos para *Inmediaciones de la Comunicación*, revista académica de la Escuela de Comunicación de la Facultad de Comunicación y Diseño, de la Universidad ORT Uruguay.

*Inmediaciones de la Comunicación* es una revista académica arbitrada e indexada que edita, desde 1998, la Escuela de Comunicación, de la Facultad de Comunicación y Diseño, de la Universidad ORT Uruguay. *Inmediaciones de la Comunicación* publica artículos inéditos y, de manera complementaria, otros géneros de la redacción académica y entrevistas a referentes del campo de la Comunicación y disciplinas afines. Su objetivo fundamental es la difusión de la producción teórica e investigativa, poniendo en circulación textos inéditos y material escrito que son previamente seleccionados por el Consejo Editorial con la intervención de árbitros externos. Su contenido está dirigido a investigadores, docentes, estudiantes de posgrado y grado. La publicación recibe textos en español, inglés y/o portugués. Los autores no pagan ningún costo por el procesamiento y el envío de los artículos a la revista.

## A. PROCESO DE REVISIÓN POR PARES

Todos los textos-manuscritos recibidos cumplen con diferentes etapas de evaluación. En primer lugar, los artículos son revisados por el Consejo Editorial, el Director y/o Editores. Aquellos artículos que se ajustan a la pertinencia disciplinar establecida, cumplen con los estándares y los objetivos editoriales de la revista y con el enfoque temático propuesto, pasan a la siguiente etapa: el envío a evaluadores externos. *Inmediaciones de la Comunicación* utiliza para la evaluación de cada artículo el protocolo de arbitraje a ciegas. Cada artículo será evaluado por al menos dos expertos en el tema quienes determinarán: a) aceptar y publicar, b) revisar, reelaborar y aceptar, c) rechazar la propuesta. En caso de discrepancia en los dictámenes, el texto será enviado a un tercer árbitro, cuyo dictamen definirá su publicación o no en la revista. Los resultados del proceso de evaluación serán inapelables en todos los casos.

## B. ASPECTOS GENERALES DE LOS ARTÍCULOS (deben incluir):

- Título en español o portugués y en inglés
- Un resumen o abstract en español o portugués y en inglés (máximo 200 palabras).
- Cinco (5) palabras clave o keywords en español o portugués y en inglés.- Datos del autor o los autores (nacionalidad, filiación institucional, correo electrónico, etc.)
- Texto y paratextos (tablas, gráficos e imágenes —ver más adelante modo de presentación—)
- Referencias.
- Apéndices.
- Al final del artículo incluir la reseña curricular del autor o autores de no más de 200 palabras para cada reseña.
- Los artículos deberán enviarse al siguiente mail: [inmediaciones@ort.edu.uy](mailto:inmediaciones@ort.edu.uy)

### B.1. Enviar dos copias digitales del artículo

- Una copia con carácter anónimo y solamente el título del trabajo.
- La otra copia con el título del artículo debe acompañarse de los siguientes datos personales del autor/es: nombre completo, áreas de investigación o interés, procedencia-afiliación institucional actual, dirección postal, dirección electrónica, teléfonos, fecha.

## C. ASPECTOS ESPECÍFICOS DE LOS ARTÍCULOS (DEBEN INCLUIR):

- Del Título:** No debe superar los 65 caracteres (incluyendo espacios).
- Del Subtítulo:** En caso de que el título NO supere los 30 caracteres, se puede agregar un subtítulo que no debe superar los 60 caracteres (incluyendo los espacios).
- Del texto:** No debe superar las **10.000 palabras** incluyendo notas bibliográficas (para contar las palabras de un documento de Word, debe dirigirse a la persiana Herramientas, y hacer click en *contar palabras...*).

### C.1. Formato del artículo

**Título:** Alineación: Centrado. Fuente: Times New Roman del 24. Estilo: Negrita Cursiva

**Subtítulo Principal:** Alineación: Centrado. Fuente: Times New Roman del 14. Estilo: Negrita Cursiva

**Subtítulos internos:** Alineación: Justificado. Fuente: Times New Roman del 12. Estilo: Negrita

**Cuerpo de Texto:** Alineación: Justificado. Fuente: Times New Roman del 12. Estilo: Normal

- Espacio interlineal sencillo
- Las páginas no deben estar numeradas

## C.2. Para la presentación de reseñas

Las reseñas deben realizarse sobre novedades editoriales que no superen un lapso de tres años entre su año de edición y el del número de la revista.

Se espera que la reseña aporte una reflexión crítica del contenido y los aportes de la obra a la temática abordada. Se debe puntualizar el objetivo del trabajo reseñado, el método, la estructura, y proponer una evaluación de los resultados y aspectos originales del texto reseñado. La evaluación de las reseñas recibidas es realizada por el Comité Editorial.

El límite de extensión será de **3000 palabras** (incluyendo citas, notas, etc.)

El autor(es) o autora(s) debe precisar su nombre y apellido la pertenencia institucional.

Las referencias bibliográficas en el cuerpo del texto, las citas a pie de página y la bibliografía consultada deben seguir los mismos criterios indicados para los artículos.

## D. REFERENCIAS, CITAS, BIBLIOGRAFÍA

*Inmediaciones de la Comunicación* es una revista académica que aplica la norma de estilo de la American Psychological Association (APA). Por lo tanto, solicitamos que se tengan en cuenta los requisitos que dicta la APA para citas, acreditaciones parentéticas, orden de los datos en las referencias, destacados gráficos y otras consideraciones claves que deben tenerse en cuenta al momento de elaborar el documento.

Véase: [https://www.hse.ru/data/2013/12/06/1336424472/APA%20Manual%206th%20Edition%20\(1\).pdf](https://www.hse.ru/data/2013/12/06/1336424472/APA%20Manual%206th%20Edition%20(1).pdf)

Véase:

<http://www.suagm.edu/umet/biblioteca/pdf/GuiaRevMarzo2012APA-6taEd.pdf>

Véase:

Tutorial básico de APA Style

<http://www.apastyle.org/learn/tutorials/basics-tutorial.aspx>

Guía Rápida de APA Style (6th)

[http://www.library.dal.ca/Files/How\\_do\\_I/pdf/apa\\_style6.pdf](http://www.library.dal.ca/Files/How_do_I/pdf/apa_style6.pdf)

Entre las consideraciones y requisitos más frecuentes de la norma APA se encuentran:

### D.1. Citas textuales

Debe manejarse el texto entre comillas “.....” y entre paréntesis incluir, al final del texto citado: Apellido, Año de edición y página —ejemplo-: (Bourdieu, 1998: 47). Al final debe listarse como Bibliografía con los datos completos y deberá guardar las normas de estilo APA.

### D.2. Paráfrasis

En algunos casos, no se realiza una cita textual, es decir tal y como fue escrita originalmente por el autor cuyas ideas estamos reconociendo, sino que se recogen sus ideas o argumentos centrales pero sin utilizar las palabras del autor. En este caso se puede colocar al final del párrafo la referencia al autor en el sistema autor-año.

#### *Ejemplos:*

También podemos pensar a las redes de comunicación y como éstas procesan el conocimiento y las ideas para crear y destruir la confianza, la fuente decisiva del poder. (Castells, 2009)

También podemos pensar como señala Castells (2009) a las redes de comunicación y como éstas procesan el conocimiento y las ideas para crear y destruir la confianza, la fuente decisiva del poder.

### D.3. Varias obras o autores:

A modo de ejemplo, la referencia quedaría del siguiente modo: (Castells, 1997, 2003; Becerra, 2006; Gumbrecht, 2011).

### D.4. Referencias

La bibliografía incluye todas las fuentes y referencias citadas o utilizadas en el texto (libros, artículos o capítulos de libros, artículos de publicación periódica, tesis, ponencias) y debe ser incluida al final del trabajo ordenándola alfabéticamente por autor/a. Los datos que deben incluirse son: Apellido, Nombre. (Año) *Título*. Ciudad: Editorial.

Al citar una fuente “*en línea*” se usarán los lineamientos generales para citar en formato impreso. Se deberá consignar autor/a, si está dado, *el título*, la fecha de publicación o de actualización, si se encuentra disponible, el realizador, si se encuentra disponible, fecha de acceso y el URL o la dirección electrónica.

### D.5. Notas ampliatorias

Las notas deben ser incluidas como **notas a pie de página**.

-Utilizar números arábigos (no romanos). Fuente: Times New Roman del 10

-Notas en pie de página: numeradas y en la misma página donde son mencionadas en el texto.

-Se recomienda utilizar sólo las notas a pie de página estrictamente necesarias.

## E. TABLAS, GRÁFICOS E IMÁGENES

Deben ser presentadas en archivo de Excel (.xls) en dos copias. Se debe incluir referencia de su ubicación en el texto de Word. Deben estar diseñados en escala de grises.

Las imágenes deben enviarse en formato EPS (.eps) o Tiff (.tif) o JPG (.jpeg), y en escala de grises o a color. También se debe incluir referencia de su ubicación en el texto de Word.

## F. CONSULTAS

Escribir a: [inmediaciones@ort.edu.uy](mailto:inmediaciones@ort.edu.uy)

O bien presentar una nota a la Universidad ORT Uruguay dirigida al Comité de Redacción de *Inmediaciones de la Comunicación*, Escuela de Comunicación de la Facultad de Comunicación y Diseño de la Universidad ORT Uruguay.

Dirección: Cuareim 1451, Montevideo, Uruguay.

## G. PARA LA PREPARACIÓN DE LOS ENVÍOS. PRIVACIDAD Y NOTA DE COPYRIGHT

Antes de su envío, los autores deben chequear que se cumpla con los requisitos establecidos:

1. Si está enviando a una sección de la revista que se revisa por pares, tiene que asegurarse que han seguido las instrucciones que permitirán la revisión ciega del artículo. Es necesario esforzarse para evitar que la identidad de los autores y de los revisores sea conocida por ellos:

-Los autores del documento deben eliminar sus nombres del texto. (Debe estar acompañado de un archivo separado con los siguientes datos personales del autor/es: nombre completo, áreas de investigación o interés, procedencia-afiliación institucional actual, dirección postal, dirección electrónica, teléfonos, fecha).

-Con los documentos de Microsoft Office, la identidad del autor debe ser eliminada también de la propiedades del archivo (ver bajo Archivo en Word), pulsando sobre lo siguiente, comenzando por Archivo en el menú principal de la aplicación Microsoft: Archivo > Guardar Como > Herramientas (o Opciones en una Mac) > Seguridad > Eliminar información personal de las propiedades del archivo al guardar > Guardar.

-Con PDFs, el nombre del autor debe ser eliminado también de las Propiedades del Documento encontradas bajo Archivo en el menú principal de Adobe Acrobat.

2. El envío no ha sido publicado previamente, ni se ha presentado a otra revista (o se ha proporcionado una explicación en Comentarios al editor).

3. El fichero enviado está en formato OpenOffice, Microsoft Word, RTF o WordPerfect.

4. Se han añadido direcciones web para las referencias donde ha sido posible.

5. El texto tiene interlineado simple; el tamaño de fuente es 12 puntos; se usa cursiva en vez de subrayado (exceptuando las direcciones URL); y todas las ilustraciones, figuras y tablas están dentro del texto en el sitio que les corresponde y no al final del todo.

6. El texto cumple con los requisitos bibliográficos y de estilo indicados en las normas APA.

#### **-Declaración de privacidad**

Los nombres y direcciones de correo-e introducidos en esta revista se usarán exclusivamente para los fines declarados por esta revista y no estarán disponibles para ningún otro propósito u otra persona.

#### **-Nota de copyright**

Es posible copiar, comunicar y distribuir públicamente su contenido siempre que se cite a los autores individuales y el nombre de esta publicación, así como la institución editorial. El contenido de esta revista no puede utilizarse con fines comerciales.







# Style guide for article submission

This is a guide for the submission of articles for *Inmediaciones de la Comunicación*, academic magazine of the School of Communication, Faculty of Communication & Design, ORT University Uruguay.

*Inmediaciones de la Comunicación* is an arbitrated and indexed academic magazine edited, since 1998, by the School of Communication, Faculty of Communication & Design, of Universidad ORT Uruguay. *Inmediaciones de la Comunicación* divulges unpublished articles and, as a complement, other genres of academic writing and interviews to experts in the field of Communication and other related areas of study. Its' main objective is the diffusion of the theoretic and investigative production, putting unpublished texts into circulation in addition to written materials which are previously selected by the Editorial Council with the participation of external arbitrators. The content is directed towards researchers, professors, and postgraduate and graduate students'. The publication accepts texts in spanish, english and/or portuguese. The authors do not have to pay any cost for the processing and submission of the articles to the magazine.

## A. REVISION PROCESS BY PEERS

All the texts-manuscripts received have to comply with different evaluation stages. In the first place, the articles are revised by the Editorial Council, the Director and/or Editors. Those articles that adjust to the established disciplinary appropriacy, fulfill the standards and editorial objectives of the magazine, and the thematic focus proposed, continue to the following stage: the submission to external assessors. *Inmediaciones de la Comunicación* uses the arbitration protocol strictly for the evaluation of each article. The article will be evaluated by at least two experts in the field who will determine: a) acceptance and publishing, b) revision, rewriting and acceptance, c) rejection of the proposal. In the case of disagreement in the verdict, the text will be sent to a third arbitrator whose sentence will define the publishing in the magazine. The results of the evaluation process will be unappealable in every case.

## B. GENERAL ASPECTS OF THE ARTICLES (THEY MUST INCLUDE):

- Title in spanish or portuguese and in english
- A summary or abstract in spanish or portuguese and in english (maximum 200 words)
- Five (5) words or keywords in spanish or portuguese and in english.
- Information of the author or authors (nationality, institutional affiliation, email, etc)
- Text and paratexts (tables, graphics and images –see submission style later)
- References
- Appendices
- At the end of the article a curriculum review of the author or authors has to be included with no more than 200 words for each review.
- The articles must be submitted to the following email: [inmediaciones@ort.edu.uy](mailto:inmediaciones@ort.edu.uy)

### B.1. Send two digital copies of the article

- One copy has to be anonymous (showing the title only).
- The other copy has to present the title of the article and needs to have the following personal details of the author or authors: full name, research fields or interests, origin and institution they currently belong to, postal address, electronic address, telephones and date.

## C. SPECIFIC ASPECTS OF THE ARTICLES (THEY MUST INCLUDE):

- **Title:** It should never exceed the 65 characters (including spaces).
- **Subtitle:** In case the title DOESN'T exceed the 30 characters, it is allowed to add a subtitle which can not exceed the 60 characters itself (including spaces).
- **Text:** It must not exceed the **10.000 words** including bibliographic notes (to count the words in a Word document, you must go to Tools and click in *count words...*).

### C.1. Format of the article

**Title:** Alignment: Centred. Font size: Times New Roman 24. Style: Italics Bold

**Main Subtitle:** Alignment: Centred. Font size: Times New Roman 14. Style: Italics Bold

**Internal subtitles:** Alignment: Justified. Font size: Times New Roman 12. Style: Bold

**Body of the text:** Alignment: Justified. Font size: Times New Roman 12. Style: Normal

Simple interlinear space

The pages must not be numbered

### C.2. For the submission of reviews

Reviews have to be made about editorial news that do not surpass a period of three years since the edition and the number of the magazine.

It is expected that the review will provide a critic insight of the content and the contribution of the piece to the addressed subject. The objective of the reviewed work has to be signalled, its method, structure and an evaluation of the results needs to be proposed, including the original aspects of the reviewed text. The evaluation of the reviews received is carried out by the Editorial Council.

The extension limit will be of **3000 words** (including quotes, notes, etc)

The author/authors need to put their name, surname, and institutional affiliation.

The bibliographic references in the body of the text, the quotes at the foot, and the revised bibliography have to follow the same criteria outlined for the articles.

## D. REFERENCES, QUOTES, BIBLIOGRAPHY

*Inmediaciones de la Comunicación* is an academic magazine that uses the style guide of the American Psychological Association (APA). For this reason, we ask for the APA requirements to be taken into account for making quotes, parenthetical accreditations, ordering the data in the references, graphic highlights and other key considerations that have to be considered at the moment of creating the document.

Look out for:

[https://www.hse.ru/data/2013/12/06/1336424472/APA%206th%20Edition%20\(1\).pdf](https://www.hse.ru/data/2013/12/06/1336424472/APA%206th%20Edition%20(1).pdf)

<http://www.suagm.edu/umet/biblioteca/pdf/GuiaRevMarzo2012APA-6taEd.pdf>

Look out for:

Basics of APA Style tutorial

<http://www.apastyle.org/learn/tutorials/basics-tutorial.aspx>

Rapid APA Style guide (6<sup>th</sup>)

[http://www.library.dal.ca/Files/How\\_do\\_I/pdf/apa\\_style6.pdf](http://www.library.dal.ca/Files/How_do_I/pdf/apa_style6.pdf)

Among the more frequent considerations and requirements of the APA norm we can find:

### D.1. Textual quotations

The text has to be used between inverted commas “...” and include, while using parenthesis, at the end of the quoted text: Last Name, publication date and page —for example-: (Bourdieu, 1998:47). At the end it has to be listed as Bibliography with the complete details and it must stick to the APA style guide.

### D.2. Paraphrasing

In some cases, a textual quote is not made, that is to say, as it was originally written by the author whose ideas we are addressing. Instead, his ideas or main arguments are considered but the words adopted by the author are not used. In this case the reference to the author can be mentioned at the end of the paragraph in the system author-year.

#### Examples

We can also think about the networks of communication and how they process knowledge and ideas to create and destroy confidence, the decisive source of power. (Castells, 2009)

We can also think as Castells points out (2009) about the networks of communication and how they process knowledge and ideas to create and destroy confidence, the decisive source of power.

### D.3. Numerous works or authors:

As an example, the reference could remain as follows: (Castells, 1997, 2003; Becerra, 2006; Gumbrecht, 2011).

### D.4. Reference

Bibliography includes all the sources and references quoted or used in the text (books, articles or book chapters, sporadically published articles, thesis, presentations) and has to be included at the end of the work ordering it alphabetically by author or authors. The data that has to be included is: Surname, Name, (Year) Title. City: Publishing house.

To quote a source *“on line”* the general guidelines have to be used to quote in a printed format. Author or authors should be mentioned, and, if it is given, the title, the date of release or update, if it is available, the producer, the date of access and the URL or electronic address.

### D.5. Additional notes

The notes have to be included as **foot notes**.

Use arabic numerals (not roman). Font size: Times New Roman 10.

Foot notes: numbered and in the same page in where they are mentioned in the text.

It is recommended to use only the strictly necessary foot notes.

## E. TABLES, GRAPHICS AND IMAGES

They must be presented in an Excel file (.xls) in two copies. A reference of its location has to be included in the Word text. They have to be designed in greyscale.

The images must be sent in format EPS (.eps) or Tiff (.tif) or JPG (.jpeg), and grayscale or color. It is also necessary to include a reference of its location in the Word text.

## F. QUERIES

Write to: [inmediaciones@ort.edu.uy](mailto:inmediaciones@ort.edu.uy)

Or present a note to Universidad ORT Uruguay addressed to the Drafting Committee of *Inmediaciones de la Comunicación*, School of Communication, Faculty of Communication & Design, Universidad ORT Uruguay.

Address: Av. Uruguay 1185, Montevideo, Uruguay.

## G. FOR THE PREPARATION OF THE SUBMISSIONS. PRIVACY AND COPYRIGHT NOTICE

Before sending the material, the authors must check that it complies with the established requirements:

1. If you are sending for a section of the magazine that is revised by peers, you have to make sure that the instructions that will allow for a blind revision of the article were followed. It is necessary to make an effort in order to avoid that the identity of the authors or the correctors is known:

-The authors of the document must delete their names of the text. (It has to be accompanied by a separate file with the following personal data of the authors: full name, research fields or interests, origin and institution to which they currently belong, postal address, electronic address, telephones and date).

-With Microsoft Office documents, the identity of the author must be deleted of the file properties as well (see below Word File), clicking on the following, starting by File in the main menu of the Microsoft application: File > Save As > Tools (or Options in a Mac) > Security > Delete personal information from the properties of the file while saving > Save.

-With PDFs, the name of the author has to be deleted from the Properties of the Document found below File in the main menu of Adobe Acrobat.

2. The submitted has not been published before, nor has it been presented to another magazine (or an explanation has been provided in Comments to the editor).

3. The catalogue sent is in OpenOffice format, Microsoft Word, RTF or WordPerfect.

4. Web addresses have been added for the references wherever possible.

5. The text has simple line spacing; the font size is 12; italics are used instead of underlying (except for URL addresses); and all of the illustrations, figures and tables are within the text in the corresponding place and not at the end of the document.

6. The text complies with all the bibliographic requirements and those of style suggested in the APA guidelines.

#### **Declaration of privacy**

The names and email addresses appearing in this magazine will be used exclusively for the purposes stated by the magazine and will not be available for any other purpose or person.

#### **Copyright notice**

It is possible to copy, communicate and distribute the content publicly if the individual authors are quoted and the name of the publication is included, in addition to the publishing institution. The content of the magazine can not be used with commercial purposes.

# Normas de estilo para a apresentação de artigos

Manual para a apresentação de artigos para *Inmediaciones de la Comunicación*, revista acadêmica da Escola de Comunicação da Faculdade de Comunicação e Desenho da Universidade ORT Uruguay.

*Inmediaciones de la Comunicación* é uma revista acadêmica arbitrada e indexada que edita, desde 1998, a Escola de Comunicação da Faculdade de Comunicação e Desenho da Universidad ORT Uruguay. *Inmediaciones de la Comunicación* publica artigos inéditos e de maneira complementar, outros gêneros da redação acadêmica e entrevistas a referentes do campo da Comunicação e disciplinas afins. Seu objetivo principal é a divulgação da produção teórica e de investigação, colocando em circulação textos inéditos e material escrito previamente selecionados pelo Conselho Editorial com a intervenção de árbitros externos. Seu conteúdo é voltado para pesquisadores, professores e estudantes de graduação e pós-graduação. A publicação recebe textos em espanhol, inglês e/ou português. Os autores não pagam preço nenhum pelo processamento e envio dos artigos à revista.

## A. PROCESSO DE REVISÃO POR PARES

Todos os textos ou manuscritos recebidos cumprem com diferentes etapas de avaliação. Em primeiro lugar, os artigos são revisados pelo Conselho Editorial, pelo Diretor e/ou Editores. Aqueles artigos que se ajustarem à pertinência disciplinar estabelecida, atenderem as normas e os objetivos editoriais da revista e tiverem o enfoque temático proposto, passam à seguinte etapa: o envio a avaliadores externos. *Inmediaciones de la Comunicación* utiliza para a avaliação de cada artigo o protocolo de arbitragem cega. Cada artigo será avaliado pelo menos por dois expertos no tema, quem determinarão: a) aceitar e publicar, b) revisar, reelaborar e aceitar, c) rejeitar a proposta. Caso haja discrepância nos ditames, o texto será enviado a um terceiro árbitro, cujo ditame definirá se será publicado na revista. Os resultados do processo de avaliação serão inapeláveis em todos os casos.

## B. ASPECTOS GERAIS DOS ARTIGOS (DEVEM INCLUIR):

- Título em espanhol ou português e em inglês
- Um resumo ou abstract em espanhol e em inglês (200 palavras no máximo)
- Cinco (5) palavras chave ou keywords em espanhol ou português e em inglês.
- Dados do autor ou os autores (nacionalidade, filiação institucional, e-mail, etc)
- Texto e paratextos (tabelas, gráficos e imagens —ver abaixo modo de apresentação—)
- Referências
- Apêndices
- No final do artigo deve-se incluir a resenha curricular do autor ou autores de não mais de 200 palavras para cada resenha
- Os artigos deverão se enviar a: [inmediaciones@ort.edu.uy](mailto:inmediaciones@ort.edu.uy)

### B.1. Enviar duas cópias digitais do artigo

- Uma cópia com caráter anônimo e apenas o título do trabalho
- A outra cópia com o título do artigo deve se acompanhar dos seguintes dados pessoais do autor/es: nome completo, áreas de investigação ou interesse, procedência-afiliação institucional atual, endereço postal, endereço eletrônico, telefones, data.

## C. ASPECTOS ESPECÍFICOS DOS ARTIGOS (DEVEM INCLUIR):

- Do Título:** Não deve superar os 65 caracteres (incluindo espaços)
- Do Subtítulo:** Caso o título NÃO supere os 30 caracteres, pode-se adicionar um subtítulo que não deve superar os 60 caracteres (incluindo os espaços)
- Do texto:** Não deve superar as **10.000 palavras** incluindo notas bibliográficas (para contar as palavras de um documento de Word, deve se dirigir à opção Ferramentas e clicar em “contar palavras”).

### C.1. Formato do artigo

**Título:** Alinhamento: Centrado. Fonte: Times New Roman tamanho 24. Estilo: Negrito Itálico

**Subtítulo Principal:** Alinhamento: Centrado. Fonte: Times New Roman tamanho 14. Estilo: Negrito Itálico

**Subtítulos internos:** Alinhamento: Justificado. Fonte: Times New Roman tamanho 12. Estilo: Negrito

**Corpo do Texto:** Alinhamento: Justificado. Fonte: Times New Roman tamanho 12. Estilo: Normal

- Espaço interlinear simples
- As páginas não devem estar numeradas



### C.2. Para a apresentação de resenhas

As resenhas devem se realizar sobre novidades editoriais que não superem um lapso de três anos entre seu ano de edição e o ano do número da revista.

Espera-se que a resenha contribua com uma reflexão crítica do conteúdo e os aportes da obra à temática abordada. Deve-se pontuar o objetivo do trabalho resenhado, o método, a estrutura e propor uma avaliação dos resultados e aspectos originais do texto resenhado. A avaliação das resenhas recebidas é realizada pelo Comitê Editorial.

O limite de extensão é de **3000 palavras** (incluindo citações, notas, etc).

O autor(es) ou autora(s) deve colocar seu nome, sobrenome e qual a sua instituição.

As referências bibliográficas no corpo do texto, as citações ao pé da página e a bibliografia consultada devem seguir os mesmos critérios indicados para os artigos.

## D. REFERÊNCIAS, CITAÇÕES, BIBLIOGRAFIA

*Inmediaciones de la Comunicación* é uma revista acadêmica que aplica a norma de estilo da American Psychological Association (APA). Por isso, solicitamos que sejam tomados em consideração os requisitos estabelecidos pela APA para citações, acreditações parentéticas, ordem dos dados nas referências, destaques gráficos e outras considerações chaves que devem se considerar no momento de elaborar o documento.

Leia-se:

[https://www.hse.ru/data/2013/12/06/1336424472/APA%20Manual%206th%20Edition%20\(1\).pdf](https://www.hse.ru/data/2013/12/06/1336424472/APA%20Manual%206th%20Edition%20(1).pdf)

Leia-se:

<http://www.suagm.edu/umet/biblioteca/pdf/GuiaRevMarzo2012APA-6taEd.pdf>

Leia-se:

Tutorial básico da APA Style

<http://www.apastyle.org/learn/tutorials/basics-tutorial.aspx>

Guia Rápido da APA Style (6th)

[http://www.library.dal.ca/Files/How\\_do\\_I/pdf/apa\\_style6.pdf](http://www.library.dal.ca/Files/How_do_I/pdf/apa_style6.pdf)

Entre as considerações e requisitos mais frequentes da norma APA encontram-se:

### D.1. Citações textuais

Deve-se trabalhar o texto entre aspas “...” e entre parêntesis incluir, no final do texto citado: Sobrenome, Ano de edição e página —exemplo—: (Bourdieu, 1998: 47). No final deve se listar como Bibliografia com os dados completos, segundo as normas de estilo APA.

## D.2. Paráfrases

Em alguns casos, não se realiza uma citação textual tal como foi escrita originalmente pelo autor, cujas ideias estamos reconhecendo, se não que se obtêm suas ideias ou argumentos centrais, mas sem utilizar as palavras do autor. Nesse caso pode-se colocar no final do parágrafo a referência ao autor no sistema autor-ano.

### *Exemplos:*

Também podemos pensar as redes de comunicação e como estas processam o reconhecimento e as ideias para criar e destruir a confiança, a fonte decisiva do poder. (Castells, 2009)

Também podemos pensar como assinala Castells (2009) as redes de comunicação e como estas processam o conhecimento e as ideias para criar e destruir a confiança, a fonte decisiva do poder.

## D.3. Várias obras ou autores

A modo de exemplo, a referência ficaria assim: (Castells, 1997, 2003; Bercerra, 2006; Gumbrecht, 2011).

## D.4. Referências

A bibliografia inclui todas as fontes e referências citadas ou utilizadas no texto (livros, artigos ou capítulos de livros, artigos de publicação periódica, teses, palestras) e deve ser incluída no final do trabalho ordenando-a alfabeticamente por autor/a. Os dados que devem se incluir são: Sobrenome, Nome. (Ano) *Título*. Cidade: Editorial.

Ao referenciar uma fonte “on line” se usarão os lineamentos gerais para referenciar em formato impresso. Deve-se consignar autor/a, se estiver dado, o título, a data de publicação ou de atualização, se estiver disponível, o realizador, se estiver disponível, data de acesso e a URL ou endereço eletrônico.

## D.5. Notas ampliatrias

As notas devem ser incluídas como **notas ao pé da página**.

-Utilizar números arábicos (não romanos). Fonte: Times New Roman de tamanho 10.

-Notas ao pé da página: numeradas e na mesma página onde são mencionadas no texto.

-Recomenda-se utilizar só as notas ao pé da página estritamente necessárias.

## E. TABELAS, GRÁFICOS E IMAGENS

Devem ser apresentadas em arquivo de Excel (.xls) em duas cópias. Deve-se incluir referência de sua localização no texto de Word. Devem estar desenhados em escala de cinza.

As imagens devem se enviar em formato EPS (.eps) ou Tiff (.tif) ou JPG (.jpeg), e em escala de cinza ou a cores. Também deve-se incluir a referência da sua localização no texto de Word.

## F. CONSULTAS

Escrever a: [inmediaciones@ort.edu.uy](mailto:inmediaciones@ort.edu.uy)

Pode-se apresentar uma nota à Universidad ORT Uruguay dirigida ao Comitê de Redação de *Inmediaciones de la Comunicación*, Escola de Comunicação da Faculdade de Comunicação e Desenho da Universidad ORT Uruguay.

Endereço: Av. Uruguay 1185, Montevideú, Uruguai.

## G. PARA A PREPARAÇÃO DOS ENVIOS: PRIVACIDADE E NOTA DE COPYRIGHT

Antes do seu envio, os autores devem verificar o cumprimento dos requisitos estabelecidos:

1. Se estiver enviando a uma seção da revista que é revisada por pares, tem que se assegurar de ter seguido as instruções que permitirão a revisão cega do artigo. É necessário se esforçar para evitar que a identidade dos autores e dos revisores seja conhecida por eles:

-Os autores do documento devem eliminar seus nomes do texto. (Deve estar acompanhado de um arquivo separado com os seguintes dados pessoais do autor/es: nome completo, áreas de investigação ou interesse, procedência-afiliação institucional atual, endereço postal, endereço eletrônico, telefones, data).

-Com os documentos de Microsoft Office, a identidade do autor deve ser eliminada também das propriedades do arquivo (ver abaixo Arquivo em Word), clicando na opção Arquivo no menu principal do Microsoft: Arquivo > Salvar como > Ferramentas (ou Opções caso estiver utilizando uma Mac) > Segurança > Remover informações pessoais das propriedades do arquivo ao salvar > Salvar.

Com PDFs, o nome do autor deve ser eliminado também das Propriedades do Documento, encontradas abaixo da opção Arquivo no menu principal de Adobe Acrobat.

2. O envio não tem sido publicado previamente, nem tem se apresentado a outra revista (ou tem se proporcionado uma explicação em Comentários ao editor).

3. O arquivo enviado está em formato OpenOffice, Microsoft Word, RTF ou WordPerfect.

4. Adicionam-se endereços web para as referências sempre que for possível.

5. O texto tem entrelinhado simples; o tamanho de fonte é de 12 pontos; usa-se itálico em lugar de riscado (excetuando os endereços URL); todas as ilustrações, figuras e tabelas estão dentro do texto no lugar que corresponde e não no final de tudo.

6. O texto cumpre com os requisitos bibliográficos e de estilo estabelecidos nas normas APA.

#### **Declaração de privacidade**

Os nomes e e-mails colocados nesta revista se usarão exclusivamente para os fins declarados pela revista e não estarão disponíveis para nenhum outro propósito ou pessoa.

#### **Nota de copyright**

É possível copiar, comunicar e distribuir publicamente seu conteúdo sempre que sejam referenciados os autores individuais e o nome da publicação, assim como a instituição editorial. O conteúdo desta revista não pode se utilizar com fins comerciais.

# Declaración de originalidad y cesión de derechos del trabajo escrito

Lugar y Fecha.....

Comité Editorial  
Revista *InMediaciones de la comunicación*  
Escuela de Comunicación  
Facultad de Comunicación y Diseño  
Universidad ORT Uruguay

Por medio de la presente certifico que el artículo: .....  
..... que se presentó a la revista académica *InMediaciones de la comunicación* editada por la Escuela de Comunicación de la Universidad ORT Uruguay no ha sido publicado previamente y me comprometo a no someterlo a consideración de otra publicación mientras esté en proceso de evaluación, ni posteriormente en caso de ser aceptado para su publicación.

Declaro asimismo que los contenidos del artículo son producto de mi directa contribución intelectual.

Declaro que todos los materiales están libres de derecho de autor y me hago responsable de cualquier litigio o reclamación relacionada con derechos de propiedad intelectual, exonerando de responsabilidad a la Universidad ORT Uruguay.

En caso de que el artículo presentado sea aceptado, autorizo de manera ilimitada en el tiempo a la Escuela de Comunicación, de la Facultad de Comunicación y Diseño, de la Universidad ORT Uruguay para que incluya el texto en la Revista *InMediaciones de la Comunicación* y pueda reproducirlo, distribuirlo, exhibirlo y comunicarlo tanto en el país como en el extranjero por medios impresos, electrónicos, CD, Internet u otro medio conocido o por conocer.

Nombre y Apellido

Firma



# Declaration of originality and transfer of rights of the written assignment

Place and Date.....

Editorial Committee  
*InMediaciones de la comunicación* Magazine  
School of Communication  
Faculty of Communication & Design  
Universidad ORT Uruguay

I hereby certify that the article: .....  
..... that was submitted to the academic magazine *InMediaciones de la comunicación* edited by the School of Communication of Universidad ORT Uruguay has not been published previously and therefore I pledge not to offer it into the consideration of any other publication while it is being evaluated, nor afterwards in the case of being accepted for publishing.

I declare as well that the contents of the article are the product of my direct intellectual contribution.

I assure all the materials are free of copyright and I make myself responsible of any lawsuit or complaint related with the intellectual property rights, exonerating Universidad ORT Uruguay of any responsibility related with this matter.

In case the submitted article is accepted, I authorize the School of Communication, Faculty of Communication & Design, of Universidad ORT Uruguay to use it freely with no time restrictions, and to include the text in the magazine *InMediaciones de la Comunicación* with the aim of reproducing, distributing, exhibiting and communicating it both inside the country or abroad through printed, electronic means, CD, the Internet, or any other means known or yet unknown.

Full Name

Signature





# Declaração de originalidade e cessão de direitos do trabalho escrito

Lugar e Data.....

Comitê Editorial  
Revista *InMediaciones de la comunicación*  
Escola de Comunicação  
Faculdade de Comunicação e Desenho  
Universidad ORT Uruguay

Por meio da presente certifico que o artigo: .....  
..... que apresentou-se à revista acadêmica *InMediaciones de la comunicación* editada pela Escola de Comunicação da Universidad ORT Uruguay não foi submetido à publicação e comprometo-me a não submetê-lo a consideração de outra publicação enquanto esteja em processo de avaliação, nem posteriormente em caso de ser aceito para sua publicação.

Declaro também que o conteúdo do artigo é produto da minha direta contribuição intelectual.

Declaro que todos os materiais estão livres de direito do autor e faço-me responsável de qualquer litígio ou reclamação relacionada com direitos de propriedade intelectual, exonerando de responsabilidade a Universidad ORT Uruguay.

Caso o artigo apresentado seja aceito, autorizo de maneira ilimitada no tempo à Escola de Comunicação, da Faculdade de Comunicação e Desenho, da Universidad ORT Uruguay para que inclua o texto na Revista *InMediaciones de la Comunicación* e possa reproduzi-lo, distribuí-lo, exibi-lo e comunicando-o tanto no país quanto no estrangeiro por meios impressos, eletrônicos, CD, Internet ou outro meio conhecido o por se conhecer.

Nome e Sobrenome

Assinatura







JUNIO 2019

Facultad de Comunicación y Diseño  
Escuela de Comunicación

Av. Uruguay 1185, 11.100, Montevideo Uruguay. Tel.: (0598) 2 902 1505 - <https://fcd.ort.edu.uy>  
[www.ort.edu.uy](http://www.ort.edu.uy)