Centro de Investigaciones
en Mediatizaciones
Facultad de Ciencia Política y RRII - UNR

La mediatización contemporánea y el desafío del *big data*

Rubén Biselli
Mariana Maestri
Editores

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO
CONFINGERE HOMINEM COGITANTEM

Biselli, Rubén

La mediatización contemporánea y el desafío del big data / Rubén Biselli ; Mariana Maestri ; editor literario Rubén Biselli ; Mariana Maestri. - 1a ed. - Rosario : UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2018.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-702-292-6

1. Comunicación Social. 2. Medios de Comunicación Social. I. Maestri, Mariana II. Biselli, Rubén, ed. Lit. III. Maestri, Mariana, ed. Lit. IV. Título.

CDD 302.23

Índice

Prólogo

Rubén Biselli , Mariana Maestri *1*

PARTE 1

Consideraciones epistemológicas, teóricas y críticas en relación al big data

Dr. Ricardo Diviani *11*

Los atributos de estilo como datos

José Luis Fernández *35*

El cuerpo del corpus #RosarioSangra. Colaboración artesanal-computacional para el estudio de la articulación de regímenes de visibilidad

Ma. Cecilia Reviglio, Sebastián Castro Rojas *59*

'CapturAnálisis' y otros desafíos del big data para las Ciencias Sociales

Marcelo Santos *80*

PARTE 2

Aportes de Eliseo Verón para una semiótica de tercera generación. Hacia una semiótica de los ¿nuevos? medios

María Elena Bitonte *110*

De la VDG a la IVE: de los sillones chimenteros al parlamento

Mariángeles Camusso, Florencia Rovetto, Carolina Spataro, Libertad Borda, Carolina Justo von Lurzer, Leandro Araoz Ortiz, Lucía Figueroa, María Laura Schaufler, Vanina Lanati *127*

Objeto, objetos, corpus, sistemas. Lo que se deshace y lo que hacemos cuando analizamos discursividad en la crisis de mediatizaciones contemporánea

Gastón Cingolani, Mariano Fernández *148*

El Diseño Universal como facilitador de ciudadanía

Viviana Marchetti , Analía Brarda, Karen Kuschner, Ezequiel Viceconte , Arianna Piccioni, Guillermina Durando *177*

Lo artesanal en la construcción de la esfera pública virtual

Mariano Darío Vázquez *192*

La construcción de los usuarios en plataformas de músi-ca colaborativa

Santiago Videla, Florencia Figar *208*

prólogo

Rubén Biselli

Mariana Maestri

El nuevo libro digital del Centro de Investigaciones en Mediatizaciones presenta diversos artículos que desarrollan exposiciones que se realizaron en el marco del Coloquio Anual denominado “El cuerpo de los corpus: pluralidad de métodos en tiempos de big data”, que se llevó a cabo en las instalaciones del Museo Provincial de Ciencias Naturales Dr. Ángel Gallardo de la ciudad de Rosario los días 17 y 18 de agosto de 2017.

Los trabajos aquí reunidos son el reflejo de las diferentes inquietudes, abordajes metodológicos y casos puestos bajo estudio en torno al tema central que convoca anualmente a investigadores, docentes y especialistas congregados en el CIM: la mediatización contemporánea y, en este caso puntual, su complejidad frente a un nuevo fenómeno: el *big data*.

Con la intención de dar una mínima orientación al lector hemos decidido organizar esta publicación electrónica en dos grandes secciones:

1- El *big data* como desafío para la investigación en mediatización: perspectivas teóricas y metodológicas

2- En torno a la mediatización contemporánea: teoría / metodología / estudios de casos

En los artículos que integran la primera sección, la problemática del big data y sus desafíos para los estudios en mediatización son abordados desde perspectivas diversas en un arco que se extiende desde lo epistemológico a lo metodológico en sentido estricto. Así el artículo de Diviani busca interrogar -y cuestionar- los supuestos epistemológicos que subyacen a los diversos discursos que desde diferentes ámbitos ven en el big data un cambio radical tanto en los protocolos probatorios como predictivos de las ciencias sociales y especifica parámetros necesarios para reflexionar sobre el lugar de esta técnica en el contexto de los procesos sociales del capitalismo actual. En un intento similar por explorar los límites inherentes al big data a la hora de dar cuenta con precisión de fenómenos propios de la mediatización, José Luis Fernández, por su parte, se adentra minuciosamente en su artículo en el universo del streaming musical regido por algoritmos sustentados en big data, para esbozar los aportes que una sociosemiótica de las mediatizaciones y la reflexión teórica en torno a géneros y estilos podrían hacer a una necesaria sofisticación de dichos algoritmos. Los artículos de Reviglio y Castro Rojas y de Marcelo Santos, que cierran esta sección, son por su parte ejemplos ilustrativos de los desafíos a los que se enfrentan, metodológicamente hablando, los estudios en mediatización abocados a la dilucidación de fenómenos que toman cuerpo en las redes y que deben construir sus corpus a partir de ingentes cantidades de datos. Así, el contacto frecuente con big data a partir del trabajo con Twitter, en tanto fuente o en tanto obje-

to de la investigación, lleva a Santos a ocuparse en su trabajo de manera detallada de los problemas suscitados en torno al trabajo de recolección y filtraje de datos, poniendo el énfasis en la relación que se establece entre los procesos de captura y el análisis de los datos. Reviglio y Castro Rojas exponen a su vez, a través del análisis de un caso concreto, los desafíos propuestos a la investigación por la constitución de corpus heterogéneos como única solución frente a la complejidad de la mediatización contemporánea. Frente a dichos corpus que involucran tanto a las redes como a los medios tradicionales e incluso fenómenos que toman cuerpo en las calles, se propone una estrategia metodológica transdisciplinar que logre articular trabajos de ARS y data mining de amplio alcance basados en big data con metodologías tradicionales en los estudios de mediatización, tanto de origen sociosemiótico como etnográficos.

Si los artículos de la sección anterior se centraban en la *mediatización vía redes* en tanto han sido los trabajos referidos a ella de algún modo los que impulsaron la utilización metodológica del big data en los estudios de mediatización o la reflexión en torno a la operatividad algorítmica basada en big data que rige cada día más el funcionamiento global del universo digital, los artículos incluidos en la segunda secciónexploran también dicha mediatización, eludiendo o tratando marginalmente la cuestión del big data, ya discutiendo problemáticas metodológicas a la hora de constituir o analizar corpus propios de dicha mediatización, ya intentando caracterizar teóricamente -a partir de las tradiciones propias de los estudios en mediatización- los parámetros que permitirían pensar su especificidad, ya analizando fenómenos mediáticos que toman cuerpo en ella o que se originaron en las redes para luego migrar a los medios tradicionales.

Así, el trabajo Vázquez, centrado en el estudio de la esfera pública virtual constituida en torno a un caso específico, entra de

lleno en la polémica metodológica referida al análisis de corpus masivos basados en interacciones en redes, vindicando y justificando el uso de una "metodología artesanal" allí donde la cantidad y el tipo de datos a analizar habilitarían como estrategia obvia el uso de algún instrumento automatizado de base algorítmica, mientras el artículo de Cingolani y M. Fernández parte del desafío metodológico que imponen las redes y la digitalización en general a la delimitación de nuestros corpus, en sus palabras: cómo manejar el pasaje de la escasez a la sobreabundancia -tanto en lo cuantitativo como en lo cualitativo-, para internarse luego en un minucioso diálogo con los textos de Luhmann y de Verón en busca de una caracterización teórica de las redes que dé cuenta de manera cabal de su novedad radical en la historia de la mediatización.

Es también en esta búsqueda de una caracterización teórica de la mediatización vía redes en la que inscribe su trabajo Bitonte a partir de un diagnóstico de ausencia de tradición teórica evidente para sustentar la misma, proponiendo un camino para remediar dicha ausencia en la especificación de los aportes posibles de la semiótica veroniana de tercera generación a la constitución de una semiótica renovada, apta para dilucidar lo inédito que anida en la mediatización contemporánea. En cambio, son análisis de fenómenos concretos de la mediatización contemporánea, en tanto *casos* específicos, los que devinieron objeto de los respectivos trabajos de investigación de los que dan cuenta los artículos de Videla y Figar, y los de sendos grupos de investigación dedicados a investigar respectivamente la problemática de la accesibilidad web por parte de las personas con discapacidad y las relaciones entre problemáticas de género y mediatización. En los dos primeros casos, los fenómenos mediáticos analizados se concretizan tanto en producción como en reconocimiento como *casos propios* de la mediatización en red: el de Videla y Figar elabora una detallada tipología a partir de los modos en que las principales plataformas de música colaborativa configuran sus usuarios virtua-

les; el del grupo que investiga la accesibilidad web propone cambios en el diseño de las páginas web de información turística que mejoren el acceso a la información de las mismas por parte de las personas con discapacidad visual, tras un análisis detallado de aptitudes e incompatibilidades semióticas entre los soportes semiotecnológicos de las páginas, los "lectores de pantallas" y los usuarios con discapacidad visual. En el tercer caso, en cambio, el trabajo se centra en el análisis en recepción de la mediatización de la violencia de género (VDG) en los programas de espectáculos o chimentos y, tangencialmente, en la mediatización en los mismos programas del debate en torno a la legalización del aborto; sin embargo, tal como señalan los investigadores, las redes están lejos de estar ausentes de esta mediatización "tradicional": simplemente es imposible pensarla sin la articulación pública previa de ambos temas en las redes -sobre todo a partir del hashtag *Ni una menos*- y sin tomar en cuenta la repercusión también en las redes de lo acontecido en cada uno de los programas objetos de análisis.

Finalmente, solo nos queda por decir, una vez concluido este breve recorrido por *"La mediatización contemporánea y el desafío del big data"*, que este libro electrónico, uno más que se suma a la amplia e inquietante lista de producciones académicas realizadas en el marco del Centro de Investigaciones en Mediatizaciones, invita a sus lectores a sumergirse en el dinámico mundo de las mediatizaciones.

Parte 1

Consideraciones epistemológicas, teóricas y críticas en relación al big data

Considerações epistemológicas, teóricas e críticas em relação ao big data

Dr. Ricardo Diviani

UNR - UNER -UNRaf

ricardodiviani@hotmail.com

Resumen

Este trabajo analiza, desde una serie de consideraciones epistemológicas, teóricas y críticas, una serie de discursos que circulan, tanto en el campo académico-científico como en el ámbito de la divulgación, con respecto al big data. En particular, pone en tela de juicio algunas perspectivas que sobredimensionan el carácter predictivo de esta tecnología y su valor para la producción de conocimiento, como así también reflexiona sobre el lugar que ocupa en el marco del llamado capitalismo tardío en donde las problemáticas de control, vigilancia y dominio han adquirido nuevas características.

Palabras claves

big data, conocimiento, dato, control, dominio.

Resumo

Este artigo analisa, a partir de uma série de considerações epistemológicas, teóricas e críticas, vários discursos que

circulam, tanto no campo acadêmico - científico quanto no campo da divulgação, em relação ao big data. Questione algumas posições que superdimensionam a natureza preditiva dessa tecnologia e seu valor para a produção de conhecimento, bem como reflete sobre o lugar que esse dispositivo ocupa no quadro do chamado capitalismo tardio, onde os problemas de controle, Vigilância e domínio adquiriram novos recursos.

Palavras chaves

big data, conhecimento, dados, controle, domínio.

1)

Michel Foucault, en una conferencia realizada en Brasil, en 1973, afirmaba que hay dos historias de la verdad: una interna, "que se corrige partiendo de sus propios principios de regulación", y una externa, en donde vemos nacer "ciertas formas de subjetividad, dominios de objetos y tipos de saber" (Foucault, 2003, p 15). Como sabemos, Foucault estaba menos interesado en poner en cuestión el valor epistemológico de esa historia interna (con su propias reglas de funcionamiento y modos de producción del conocimiento y sus logros técnicos y prácticos), que en definir cómo se conformaron, históricamente, determinados sujetos de conocimiento y prácticas discursivas y no discursivas que dieron luz a saberes, en los que no estaba en juego tanto el "amor a la verdad", como la voluntad de poder y dominio. Hoy, podríamos pensar la tensión entre estas dos historias a partir de una tecnología que funciona casi como un intérprete de ciertas características que ha adoptado el interés de conocimiento en estas primeras décadas del siglo XXI: el big data.

Este dispositivo permite visualizar la emergencia de toda una serie de problemáticas que van desde interrogantes de tipo

epistemológico y metodológico, hasta preocupaciones filosóficas y políticas sobre las consecuencias sociales, culturales y subjetivas que lo acompañan. En este sentido, el big data suele convocar, como mínimo, dos tipos de reflexiones en el campo académico e intelectual. Por un lado, aquellas que presentan el fenómeno como un desafío, al mismo tiempo que una oportunidad, para los estudios sociales y humanos (es decir, se inscriben en esa historia interna del conocimiento de la que hablaba Foucault) y, por el otro, las que alertan respecto al significado de esta tecnología, a todas luces, basada en una especie de "mathesis universalis", en la que el conocimiento se asocia a datos, el sujeto a un número manipulable y la verdad a control.

Este trabajo aborda el fenómeno a partir de estas dos dimensiones: interroga los supuestos epistemológicos de las diferentes discursividades que circulan, tanto en el campo científico e intelectual como en el ámbito de la divulgación periodística y empresarial, y reflexiona, al mismo tiempo, sobre el lugar de esta técnica en el marco de los procesos sociales del capitalismo actual. Por tanto, no analiza tanto lo que el big data es, sino más bien el modo en que suele ser presentado en diversos ámbitos de la vida social, en donde no solo se trata de datos y cantidades, sino que expresa una forma de concebir el conocimiento.

2)

En el contexto de los procesos de mediatización, y sus múltiples dimensiones, las promesas con respecto a las potencialidades que encarna esta tecnología se basan en la consideración de su capacidad para acceder a un universo de información que los modelos tradicionales nunca alcanzaron o podrían alcanzar. El big data aparece como una gran maquinaria técnica de recolección y procesamiento de datos y como una posible solución a los grandes problemas que supieron padecer las

ciencias sociales en cuanto a su “debilidad” a la hora de fundamentarse empíricamente. Claro que, desde un crítica “internalista”, también hay dudas y cuestionamientos respecto a la capacidad del dispositivo para obtener diversos datos y a la disponibilidad de los mismos para los diferentes actores sociales. Pero más allá de esto –que es obviamente atendible desde un sentido técnico–, hay dos cuestiones problemáticas que sería interesante considerar y que emergen, de modo recurrente, en gran parte de la literatura sobre el tema.

En primer lugar, es necesario abordar el carácter predictivo que, de forma explícita o implícita, se menciona en las consideraciones sobre el big data. Este anhelo utópico, el de dominar el porvenir, se sustenta en uno de los aspectos básicos del dispositivo técnico que despierta gran fascinación: la supuesta facultad de pronosticar los fenómenos futuros. Sin embargo, ¿es posible la predicción de los fenómenos sociales y humanos?

En segundo lugar, se plantea el problema epistemológico que subyace en el discurso predictivo como forma de fundamentación: la consideración de que la cantidad de datos es un valor fundamental para la producción de conocimiento. Si bien no se niega la importancia que tiene la producción, acumulación y acceso a los datos en la construcción de los diversos saberes, la pregunta que se impone es: a qué tipo de conocimiento se refiere y, particularmente, en función de qué problemas. Asimismo, surgen numerosos interrogantes frente a la propuesta de “superación” de los paradigmas clásicos y a la no explicitada -pero sí presente- idea de unificación de la ciencia, con la concomitante desaparición de las viejas rencillas entre metodologías cualitativas y cuantitativas, en la que los datos estarían por encima de las teorías.

3)

En relación a la primera cuestión, es cierto que una ciencia que no se plantee la predicción como horizonte no tiene motivos para llamarse así. Como decía Horkheimer, “la posibilidad de prever es la piedra de toque para cualquier ciencia” (Horkheimer 2008 (1933), p. 43). Es cierto que en las ciencias de la naturaleza parecería que no existen controversias respecto a la validez y la necesidad de la predicción y, por lo tanto, a la viabilidad de hacerlo de modo más o menos fiable, más allá de las dificultades en relación al campo específico de aplicación. Se podría decir que, desde el punto de vista histórico, contar con gran cantidad de datos, poderos sistemas de procesamiento y sofisticados programas de simulación, que funcionan como mega experimentos, podrían generar mejores condiciones para lograr avances en términos predictivos en diferentes áreas del conocimiento, desde la ciencia meteorológica a la astronomía, por poner solo dos ejemplos. ¿Pero en las áreas sociales y humanas las condiciones son las mismas?

Se dice que Google, con la tecnología del big data, pudo predecir el modo en que se expandía la gripe A, en el 2009, con mayor precisión que la que obtenían los organismos públicos sanitarios norteamericanos (Mayer-Shonberger, Cukier, 2013). La cadena Walmart detectó que las personas compraban un dulce -Pop Tarts- luego de que se anunciaban huracanes en algunas zonas de EEUU, lo que le permitió disponer las golosinas en lugares estratégicos con el fin de facilitarle al cliente su consumo (Mayer-Shonberger, Cukier 2013; Magnani 2017). Diversos medios periodísticos han mencionado casos exitosos en los que la policía de Chicago utilizó un algoritmo con el fin de prevenir el delito. En Argentina, un gobernador sostuvo que se puede predecir, con un alto grado de precisión y con años de anticipación, el embarazo adolescente y que están

diseñando políticas públicas en función de eso[1]. Y si se recorren los periódicos y revistas de divulgación, nos encontraremos con cantidad de artículos que brindan ejemplos de usos promisorios del big data en diferentes áreas de la vida social. Si bien se advierte que estos "éxitos" han sido acompañados de sendos fracasos, como el pronóstico de la propia gripe A por parte de Google años más tarde, en general para la filosofía del big data lo que se visualiza es un campo prometedor.

Ahora bien, habría que hacer una distinción entre la noción de predicción utilizada en la literatura sobre el big data, como cúmulo de conocimiento que permite prever acciones futuras, y el concepto teórico. Desde el punto de vista epistemológico, predecir es formular una hipótesis, por medio de procedimientos deductivos o inductivos, que requiere ser contrastada a partir de la experiencia, sea esta racional o empírica; por lo tanto, la misma puede ser sobre hechos futuros o pasados. De todos modos, es evidente que el interés por realizar pronósticos ciertos sobre el porvenir estuvo siempre en la consideración de las distintas corrientes epistemológicas dentro de las ciencias sociales.

Desde el siglo XIX, el carácter predictivo estuvo vinculado al modo en que las ciencias sociales se pensaron con respecto a las ciencias naturales. Se podría decir que aquellas perspectivas que apostaron a la unificación de la ciencias –desde el positivismo decimonónico hasta Popper, pasando por el Círculo de Viena– tendieron a responder afirmativamente ante la pregunta de si era posible la predicción de los fenómenos sociales y humanos –más allá de las diferencias en cuanto al alcance y las formas de hacerlo–, mientras que los modelos interpretativistas fueron más cautelosos o escépticos (González, 2005). Se podría decir que entre comprensión y explicación no

1. Ver en http://www.perfil.com/noticias/politica/el-metodo-que-aplica-urtubey-para-predecir-el-embarazo-adolescente.phtml

hay, en general, tantas diferencias en relación a este tema en particular, como sí en cuanto a los énfasis y modos de fundamentarlo.

El positivismo de Comte, por ejemplo, basado en un modelo de explicación causal, afirmaba que la "física-social" a la que se aspiraba debía imitar el paradigma teórico newtoniano del espacio y tiempo, sustentado en la existencia de una simetría entre pasado y futuro, de ahí su conocida frase: "Así, el verdadero espíritu positivo consiste, ante todo, en ver para prever, en estudiar lo que es, a fin de concluir de ello lo que será, según el dogma general de la invariabilidad de las leyes naturales" (Comte 1999, p 80). En tanto John Stuart Mill, también en el siglo XIX, sin negar que la ciencia debía poder explicar y predecir, consideraba que era una tarea difícil debido "a la multiplicidad de fuerzas causales que interactúan y se contrarrestan" (González 2005). Entendía que la relación entre ciencias humanas y naturales era compleja, "hay bastantes razones por las que las Ciencias Morales deben permanecer inferiores a las (Ciencias) Físicas, en principio las más perfectas. Porque las leyes de sus fenómenos más complicados no pueden ser descifradas completamente, ni los fenómenos predichos con el mismo grado de seguridad *(assurance).* Pero, aun cuando no se pueda llegar posiblemente a verdades, no hay razón alguna para conceder menos fiabilidad *(reliance)* o un menor carácter científico a aquellas que podamos obtener" (citado por López Martín 1995, p 199)

Los autores llamados pos-positivistas del Círculo de Viena, por otra parte, desde diferentes lugares y con perspectivas teóricas más formalistas –provenientes de la lógica, la física y la matemática–, plantearon la posibilidad de construir leyes universales y estadísticas en el ámbito de lo social, pero consideraron que las predicciones eran factibles solo en términos de probabilidad. Para Reichenbach, más que de leyes causales habría que hablar de leyes probabilísticas: "La teoría de la pro-

babilidad suministra el instrumento del conocimiento predictivo y a la vez proporciona la forma de las leyes de la naturaleza; su materia de estudio constituye la médula misma del método científico" (Reichenbach 1967, p. 242). La búsqueda de una ciencia rigurosa y en disputa con la metafísica, en las primeras décadas del siglo XX, requería para los teóricos del Círculo de Viena de la necesidad de enunciados que fueran comprobados empíricamente y, por ende, que pudieran predecir lo que todavía no había sucedido como un medio fundamental de verificación o, en todo caso, de confirmación. Como afirmaba Neurath, "todas las leyes de la ciencia unificada deben poder conectarse entre sí, si han de poder satisfacer la tarea de ser capaces de predecir con la mayor frecuencia posible procesos individuales o determinados grupos de procesos" (Neurath 1983, p. 298).

Popper, si bien se ubica dentro de la perspectiva del monismo metodológico y, de hecho, aboga por la unificación del conocimiento científico, fue cauto con respecto a la predicción en ciencias sociales. Por momentos, sostuvo que la misma era constitutiva del proceso lógico de cualquier teoría y una condición de su carácter falseador, mientras que, en otros, la consideró una operación dudosa en tanto la acción humana está sometida al libre albedrío y no es complemente determinada, de ahí, entre otras cosas, su crítica al historicismo marxista. Entendía que la predicción es un falsador potencial fundamental y que la calidad de una teoría se consolidaba cuanto mayor fuera su poder explicativo y predictivo, aunque la condición para que la ciencia progrese era justamente que pueda ser falseada o refutada: "los que no están dispuestos a exponer sus ideas a la aventura de la refutación no forman parte en el juego de la ciencia" (Popper, 1980, p 261).

Una visión más recelosa y crítica sobre este poder predictivo se expresa en los modelos interpretativos y comprensivistas. Si para las perspectivas positivistas las diferencias entre cien-

cias naturales y sociales no son fundamentales y, por lo tanto, la mejor precisión de la primera es una cuestión de grados dada la mayor complejidad de la segunda, para las posturas interpretativistas las dos clases de ciencia tienen un estatuto distinto.

Si bien existen diversas miradas, el wittgensteiniano Peter Winch ha sido uno de los autores que ha trabajado particularmente el problema de la predicción en ciencias sociales. Desde una posición filosófico-hermenéutica, planteaba que si bien las acciones humanas están regidas por reglas, hay variables como las intenciones y decisiones de los sujetos que generan una carga importante de incertidumbre. Partiendo de una revisión de los diferentes modelos predictivos, Winch afirmaba:

> *"(...) Mill consideraba las tendencias históricas análogas a las leyes científicas y Popper quería modificar esa concepción advirtiendo que el enunciado de una tendencia, a diferencia de una verdadera ley, implica una referencia a un conjunto de condiciones iniciales específicas. Lo que yo quisiera ahora es hacer otra modificación más: aun cuando se dé un conjunto específico de condiciones iniciales, no se puede predecir ningún resultado determinado para una tendencia histórica, porque la continuación o ruptura de esa tendencia entraña decisiones humanas que no están determinada por sus condiciones antecedentes, en cuyo contexto reside el sentido de llamarlas 'decisiones'. Respecto a esto último –continúa el autor–, resultan necesarias dos palabras de advertencia. No niego que a veces sea posible predecir decisiones; lo que intento recalcar es que su relación con la evidencia en la que se basan es diferente a la que caracteriza las predicciones científicas. Yo no estoy cayendo en la trampa de decir que las tendencias históricas están conscientemente determinadas y pensadas por sus participantes; el punto clave es que esas tendencias son, en parte, el resultado de intenciones y decisiones de sus participantes" (Winch 1971, p 88).*

La perspectiva crítica frankfurteana, por otra parte, fiel a la tradición marxista (por lo menos en algún momento de su historia), planteaba la contradicción entre las leyes históricas y la condición subjetiva, en tanto los hombres no son verdaderos sujetos sino objetos de esas leyes. Por ejemplo, Horkheimer sostenía que si las predicciones en ciencias sociales son "tan imperfectas es porque los procesos sociales todavía, en modo alguno, son los producto de la libertad humana, sino que son resultantes naturales del ciego actuar de fuerzas antagónicas" (Horkheimer 2008, (1933) p 48).

En síntesis, el problema de las predicciones en las ciencias sociales ha estado sujeto a disputas entre perspectivas que parten de supuestos teóricos y epistemológicos distintos. Sin embargo, en general, hay una tendencia histórica a considerar que la capacidad de prever es diferente en las ciencias del hombre que en las naturales y que, en el primer caso, es más difícil de realizar con éxito; algo que parece no tener en cuenta ciertas perspectivas del big data que no distinguen entre los diversos campos del conocimiento y tienen una confianza, a veces, desmedida en sus predicciones.

4)

En líneas generales, se suele considerar que la cantidad de datos, la capacidad de obtenerlos y la velocidad para llevar adelante su procesamiento han generado un salto fundamental en la historia del conocimiento de la humanidad. Como dice David McCandeless en un encuentro TEDx, "los datos no son solo el petróleo del siglo XXI, sino la tierra más fértil para que crezca nuestro conocimiento, creatividad e innovación". No se duda aquí del carácter singular del fenómeno, ni de la relevancia que tiene para el desarrollo del conocimiento en diferentes áreas. Lo que habría que evaluar, en realidad, son dos ideas que acompañan las aseveraciones grandilocuentes y entusiastas, que están más próximas al marketing que al campo

científico: la idea de que lo grande, *the Big*, es un valor positivo en sí mismo y que el dato es una porción de la "realidad" neutra y objetiva.

¿Cuál es el criterio que permite suponer que la cantidad de datos y la medición permanente es garantía de conocimiento? Obviamente, para muchas disciplinas científicas esto no es así. Por ejemplo, para analizar la sangre es necesario tomar apenas una muestra, mientras que los médicos no aconsejan tomar constantemente la presión arterial a sus pacientes. La consideración de que el volumen de datos y la velocidad para analizarlos en tiempo real constituyen un valor positivo en sí mismo se sustenta en un modelo basado en la correlación con criterios puramente matemáticos y computacionales y no lógicos o estadísticos, como en general es la regla usada para realizar diversas mediciones. De este modo, se suele generar lo que se llama correlaciones espurias: se efectúa una correspondencia de datos de forma puramente inductiva, sin hipótesis, con el fin de pronosticar el comportamiento de los datos mismos, sin alguna relación previa de tipo causal que lo explique, y lo que produce son asociaciones que pueden llegar a ser disparatadas. Así, aunque no haya una relación lógica entre el color amarillo del auto y la duración que puede tener sus neumáticos, los datos enlazados de esta manera llevarían a la conclusión de que si se posee un vehículo de ese color es probable los neumáticos duren una x cantidad de tiempo, por ejemplo. El estadístico norteamericano, Stephen Stigler, ha utilizado una metáfora interesante para dar cuenta de esta sobredimensión del dato, al afirmar que Funes, aquel personaje del cuento de Borges que tenía el poder de recordar hasta los detalles más insignificantes, es big data sin estadística. Es decir, es capaz de guardar en su memoria absolutamente todo, pero sin pensamiento: "Pensar es olvidar diferencias, es generalizar, abstraer. En el abarrotado mundo de Funes no había sino detalles, casi inmediatos" (Sosa Escudero, 2016) El entusiasmo ante las posibilidades que brinda el uso de esta tecno-

logía con fines predictivos ha llevado a algunos a anunciar, de modo provocativo, el fin de la teoría. Anderson, jefe editor de la prestigiosa revista Wired, ha sentenciado:

> *"Este es un mundo en el que las cantidades masivas de datos y las matemáticas aplicadas reemplazan a cualquier otra herramienta que pudiera ser utilizada. Fuera con cada teoría del comportamiento humano. Olvide la taxonomía, la ontología y la psicología. ¿Quién sabe por qué las personas hacen lo que hacen? La cuestión es que lo hacen, y podemos seguir su pista y medirlo con una fidelidad sin precedentes. Con suficientes datos, los números hablan por sí mismos" (Anderson 2008).*

A esta afirmación, que puede resultar excesiva y hasta grotesca desde el punto de vista de la tradición científica, no habría que tomarla a la ligera en tanto expresan una mentalidad de época: la idea que el conocimiento debe estar sustentado en resultados útiles y pragmáticos y aquello que implique "pensamiento" es justamente inútil y "poco productivo".

Por otra parte, en algunas consideraciones sobre el big data hay otro malentendido: el supuesto de que el dato es una entidad autónoma, algo del universo de lo "dado", libre de la subjetividad humana. Una noción, podríamos decir, prekantiana, en el que el sujeto de conocimiento es tan solo un recolector pasivo y espejo de esa realidad autónoma e independiente (de ahí también la no necesidad de la teoría). Sin embargo, todos sabemos que los datos son construidos, que dependen de las variables elegidas. Es más, habría que decir que los números del big data son obtenidos por algoritmos de los cuales, en general, se desconocen los criterios que se han utilizado para su constitución.

Ante esta situación, valdría sostener, como lo hace De la Garza Toledo, que:

> *"Si se tiene una posición empirista extrema, los datos aparecen como 'datos puros' que se convierten en ideas a través de los*

sentidos. Sin embargo, todo dato tiene una serie de 'contaminaciones' que lo impurifican: 1) el dato, para el indicador, está influido por el concepto que se quiere medir; 2) la forma del dato dependerá de la técnica de 'recolección' que más bien es de generación, y 3) dependerá del objeto. Es decir, todo dato sufre una triple influencia que evita concebirlo como simple producto del objeto. Por otra parte, desde el momento en que las relaciones entre dato y concepto, técnica y objeto, no son mecánicas ni hay una lógica estricta de traducción, el dato será siempre un dato cuestionable. En esta medida, 'los recortes de lo empírico', si bien tienen un componente objetivo, siempre son históricamente determinados. Lo empírico, como dato empírico, no es solo lo externo, sino una forma de la relación sujeto-objeto en donde lo observable tiene un papel importante, pero, a la vez, el dato no es pura observación, sino observación-concepto siempre" (De la Garza Toledo 1987, p 286).

Por otro lado, Pierre Bourdieu, hace tiempo, refiriéndose a distintos planteos teóricos (desde Marx, pasando por Weber, hasta Durkheim), sostenía que el dato es algo que se construye, no que aparece dado, en función de alguna problemática particular. Esto provoca que, al ser trasladado a otras situaciones, puedan generar diversos equívocos.

"Basta haber intentado una vez someter al análisis secundario un material recogido en función de otra problemática, por aparentemente neutral que se muestre, para saber que los data más ricos no podrían nunca responder completa y adecuadamente a los interrogantes para los cuales y por los cuales no han sido construidos. No se trata de impugnar por principio la validez de la utilización de un material de segunda mano sino de recordar las condiciones epistemológicas de ese trabajo de retraducción, que se refiere siempre a hechos construidos (bien o mal) y no a datos" (Bourdieu 2013, p. 61-62).

A partir de esta panorámica se puede vislumbrar, en las formas de legitimarse del big data, algunas deudas con el positivismo, particularmente con aquel modelo empirista del Círculo de Viena, con respecto a lo que es el conocimiento fundamental, aunque sin la claridad argumentativa y la fundamentación teórica de aquellos científicos de principio de siglo XX. Esto se visualiza, por lo menos, en dos aspectos: por un lado, un principio de verificación o confirmación basado en un modelo de correspondencia entre los enunciados y la "realidad" que aparece en forma de números y, por el otro, el intento de un lenguaje universal que permita la unificación de la ciencias. El dato (lo dado en su sentido etimológico), traducido por un lenguaje lógico matemático, es concebido como la "realidad" y, por ende, todo aquello que no puede ser reducido a un número es, cuanto menos, sospechoso. Basado en un empirismo radical, y en un inductivismo ingenuo, algunas versiones del big data, llegan a afirmar, como se ha visto, que los datos hablan por sí mismos y que lo hacen con independencia de las teorías.

5)

Podríamos afirmar entonces que la "realidad", desde este enfoque, corre el peligro de ser reducida a lo dado (el dato), obturando el análisis sobre la complejidad de lo social. Para las ciencias sociales humanas, y particularmente para quienes se interesan por las problemáticas del sentido, si bien el uso de "datos masivos" puede ser una herramienta importante para la producción de conocimiento (dependiendo, claro está, del problema abordado), no tendría por qué constituir un condición *sine qua non* para garantizar el carácter científico de las disciplinas dedicadas al estudio del "hombre" y la sociedad. De ser así, se estaría convirtiendo a esta tecnología en un fetiche.

Más allá de estas cuestiones de tipo epistemológico, otros interrogantes surgen en diversas bibliografías en relación al

vínculo del big data con las problemáticas del “dominio” y el “control”. Temas que han tenido un gran protagonismo en las ciencias sociales y humanas a lo largo de su historia y que hoy sería fundamental no desatender. Sobre todo teniendo en cuenta que uno de los debates que se plantea con respecto al uso de los datos masivos y la proliferación de los algoritmos en diversos ámbitos de la vida social es el cambio de estatuto en los sistemas de vigilancia y las cuestiones referidas a la intromisión en el mundo de lo privado y lo íntimo y al desdibujamiento de la llamada esfera pública. Es decir, sería oportuno avanzar sobre algunas consideraciones que no solo presten atención a la relación de conocimiento entre “sujeto y objeto” en función de una tecnología, en este caso el big data, sino también indagar cómo se fue delineando esa relación en el tiempo a partir de volver sobre los procesos históricos de constitución de la subjetividad y de la subjetivación. Ya que, como diría Horkheimer, “los hechos que nos entregan nuestros sentidos están preformados socialmente de dos modos: por el carácter histórico del objeto percibido y por el carácter histórico del órgano percipiente” (Horkheimer 2003 (1937), p. 233). En este sentido, las tecnologías, como decía también el frankfuertiano, en tanto fuerzas productivas, no son solo extensiones del hombre, también nuestros órganos sensitivos son extensiones de instrumentos tecnológicos. Es decir que, contra cualquier determinismo tecnológico, lo interesante es pensar como expresan transformaciones profundas del orden social y político y, por lo tanto, vinculadas a diversas relaciones de poder. Y, en este sentido, hay toda una tradición de pensamiento que vuelve una y otra vez –desde Heidegger a los frankfurtianos y desde Foucault a Byung Chul Han, pasando por una abanico amplio de posturas propias de diversas teorías críticas, como Deleuze, Lazaratto, Virno, Negri y Hard– que ha producido diversas hipótesis en relación esta problemática y que permiten aproximarnos a pensar los estatutos de conocimiento en el presente.

En el big data hay un encuentro entre dos saberes, el informático computacional y las estadísticas, aunque estas últimas, como dijimos, han sido un tanto relegadas. Este saber, desde sus inicios, ha tenido el afán de generar predicciones por medio de variables numéricas, en momentos en los que se hacía necesario un conocimiento más acabado vinculado a la administración de los estados nacionales modernos, que comenzaron a surgir entre fines del siglo XVIII y principio del siglo XIX.

En base a esto, se podría volver a una historia, más de una vez referida, de la relación entre conocimiento, tecnologías, poder y subjetividad que, a pesar de su carácter generalista, brinde un marco para pensar con mayor profundidad algunos rasgos del presente. Esta periodización no indica discontinuidades, sino que pone el énfasis en diferentes aspectos de los procesos en el marco de las continuidades históricas que se remontan al surgimiento de la llamada modernidad.

Un primer momento, tiene que ver con el desarrollo de las llamadas sociedades disciplinarias, a partir del siglo XVIII, estudiadas por Foucault, en el que se generan toda una cantidad de tecnologías orientadas a la vigilancia por medio de instituciones que dominan el espacio y el tiempo. Se trata de la constitución de dispositivos (el más conocido es el Panóptico) de producción de determinados tipos de subjetividades. El poder se ejerce sobre el “alma” con el fin de generar “cuerpos dóciles”, útiles, orientados a un tipo de producción reglada por el encierro (Foucault 2014). “Componer” como diría Deleuze ”en el espacio-tiempo una fuerza productiva cuyo efecto debe ser superior a la suma de las fuerzas elementales” (Deleuze 1991). La estadística, en este sentido, jugó un papel destacado en la gestión y administración de las “poblaciones”, cumpliendo con aquello que fue entendido como constitutivo del pensamiento iluminista, por lo menos para la tradición crítica de pensamiento, es decir, con la idea del conocimiento como dominio. Esta disciplina es, para Foucault, un dispositivo más de

las ciencias del examen, de un saber vinculado a la voluntad de control como condición para el "arte de gobernar" (Foucault 2006). Como plantea Esteban Rodríguez:

> *"Así se entiende como en aquellos tiempos los Estados comenzaron a medir todo como una forma de dominio y control: desde las minas hasta el tamaño del tórax de los soldados; desde la balanza comercial hasta los bosques; desde la proporción correcta de un jurado hasta la tasa de natalidad. Hacer cálculos sobre las cosechas anuales de trigo o contar cuántos hombres adultos estaban en condiciones de ir a una guerra hacían a la determinación de la fortaleza de debilidad de un estado. Se pretendía encontrar regularidades de los fenómenos ya que ellas daban como una especie de radiografía de los estados. Indicando donde estaban los problemas y donde la posibles soluciones" (Rodríguez 2012, p 18).*

En base a esta concepción que domina la época surgen las ciencias sociales nomotéticas del siglo XIX.

Un segundo momento, es el de las sociedades de control, que fue popularizado por Deleuze, donde se reconoce una "mutación", una "crisis" o debilitamiento de los lugares de encierro y de las formas de "normalización" propias de las sociedades disciplinarias. Foucault también había advertido algún tipo de cambio en este sentido, al referirse a los dispositivos de seguridad que estaban modificando los modelos de encierro (2006), pero sin enfatizar la ruptura que esto suponía. No es muy precisa la fecha de nacimiento de esta "nueva era", pero suele ser ubicada luego de la Segunda Guerra Mundial. Son muchos también los autores que, de una u otra manera, con ciertas ambivalencias y contradicciones entre sí, "aportaron" a lo que Deleuze expresó sucintamente en aquel famoso texto que dio vida a esta denominación. El trabajo de Hard y Negri sobre Imperio (2002) los textos de Virno (2008) y también Negri sobre la multitud, el de Lazaratto, particularmente *Políticas del acontecimiento (2010)* y hasta las perspectivas de Bauman y

Lyon en *Vigilancia líquida*, (2013) buscan reflexionar sobre las nuevas condiciones de ejercicio del poder, la vigilancia y la producción de subjetividades y control en las sociedades contemporáneas. En general, pareciera que las tecnologías características que acompañaron estas transformaciones son las que provienen de la informática y la comunicación. La estadística, en tanto desde el vamos convirtió a los sujetos en información, adquiere en este proceso mayor preponderancia. El salto dado a partir de la llamada "revolución de la electrónica", le dio mayor protagonismo y herramientas poderosas de gestión, administración e individualización. Es el paso de las máquinas de calcular automáticas, propias de la revolución industrial y sus formas de organización, al surgimiento de las computadoras electrónicas con sus propiedades lógicas, además de las aritméticas:

> *"La aceleración de los intercambios, el nacimiento de los mercados internacionales, la reconversión productiva de la primera guerra mundial y de la posguerra después, obligan a hacer frente a complejos problemas de estrategia para los que no basta ya una máquina estadística que permita conocer a posteriori una situación, sino que se precisa un instrumento que permita adaptar dinámicamente la estrategia al rápido cambio de las situaciones del mercado" (Manocarda 1982, p.40).*

Wiener, creador de la cibernética, decía que su principal contribución había sido fundir dos líneas de investigación que, hasta ese momento, permanecían separadas, "las series estadísticas y la ingeniería de las comunicaciones" (Manacarda 1982, p 38). A partir de allí, la vigilancia requerirá cada vez menos de dispositivos de encierro, en la medida en que parece no haber límites para lograr visibilidades a través de diversos dispositivos mediáticos, generando lo que Bauman llama postpanóptico.

Es también, el paso de la idea de un sujeto moldeado por medio de una serie de prácticas vinculadas al disciplinamiento, solo posible por medio del encierro, en función de convertir

el “alma en prisión del cuerpo”, a la de modulación de las subjetividades en todos los espacios de la vida a través de moldes flexibles (Virno 2008). Si en las sociedades disciplinarias el cuerpo es productivo en la medida que es dócil, en las de control el cuerpo debe ser “virtuoso” (Virno 2008). Pero, además, como dice Deleuze, “ya no nos encontramos ante el par masa-individuo. Los individuos se han convertido en ‘*dividuos*’, y las masas, en muestras, datos, mercados o *bancos*” (Deleuze 1999). En este sentido, es interesante la propuesta de Esteban Rodríguez que asocia la sociedad de control con la noción de normalización mediática o informacional: “Si la información cumple un papel fundamental en las sociedades de control, la razón no se halla en la secuencia que va de la ciencia (la cibernética), a la tecnología (los sistemas digitales) y de allí a la sociedad (la sociedad de la información), sino en otra secuencia que pone a la información en el seno de luchas sociales prolongadas” (Rodríguez, 2008). El autor, si bien inscribe a la información dentro de un historia de larga duración, presta particular atención a cómo se fue gestando una noción científica de la misma, entre los años 40 y 50 del siglo pasado, para dar densidad a la postura de Deleuze de que “las sociedades disciplinarias eran máquinas extractoras de energía y las de control son extractoras de información”.

Por último, es posible intuir un tercer momento, que tendría límites difusos en relación al segundo, donde jugarían un papel central las tecnologías de los datos masivos y la inteligencia artificial. Se lo podría nombrar, para usar la metáfora de Byung Chul Ang, como sociedades de la transparencia. ¿Qué diferencia a estas de las, llamadas por Deleuze, sociedades de control? A pesar de que se advierten claras continuidades o superposiciones entre estas etapas, se podría decir que la radicalización de algunos rasgos propios de las “sociedades de control” han desencadenado un cambio en las tecnologías de poder y dominio. Ya no solo se trata de cuerpos visualizados y localizados, sino también de mecanismos que actúan sobre

la psiquis. Pero no en el sentido distópico, como si fuera una especie de monstruo manipulador que domina la conciencia individual a su antojo, sino que dichos mecanismos expresan y canalizan los deseos individuales en una etapa del capitalismo en donde la exclusión social es uno de los mayores miedos. Así, se puede comprender como aquellas "subjetividades" que valoraban la intimidad y los aspectos privados propios de la "era moderna", hoy no "toleren" el anonimato y la no exposición. Como dice Bauman:

> *"( ) la posibilidad de una visibilidad más amplia, la perspectiva de estar al 'descubierto', a la vista de todos y visto por todos, encaja con la búsqueda más ávida de pruebas de reconocimiento social, y mediante ellas de existencia válida, esto es significativo. Tener toda nuestra persona, con lo bueno y lo malo, registrada y accesible al público parece ser el mejor antídoto profiláctico contra la exclusión, así como una poderosa vía para prevenir la posibilidad de expulsión" (Bauman 2013, p 32).*

Emerge, en este sentido, un "nuevo" tipo de hombre, parafraseando la perspectiva psicoanalítica de Melman, llamado "sin gravedad", en el que se destaca el "paso de una economía psíquica organizada por la represión a una organizada por la exhibición del goce" (Mesman 2005). Y, por lo tanto, la figura del panóptico utilizada por Foucault se ha desvanecido en otra formas de vigilancia y control, que Han llama "panóptico digital":

> *"La peculiaridad del panóptico digital está sobre todo en que sus moradores mismos colaboran de manera activa en su construcción y en su conservación, en cuanto se exhiben ellos mismos y se desnudan. Ellos mismos se exponen en el mercado panóptico. La exhibición pornográfica y el control panóptico se complementan. El exhibicionismo y el voyeurismo alimentan las redes como panóptico digital" (Han 2013, p 89)*

Esta forma “psicopolítica” –y no “biopolítica”– está centrada en la idea de un sujeto del rendimiento (“emprendedor de sí mismo”), en donde el acento no está puesto en el “deber” como una condición de su inserción en la sociedad, sino en el “poder”, en su propia voluntad, porque “no se puede no poder”. En las sociedades disciplinarias, pero también en las de control, la negatividad, el “no” como figura de la vigilancia, tenía un fuerte predicamento en la medida que interpelaba para decir cómo el sujeto debía comportarse o actuar. En cambio, en las “sociedades de la transparencia” el mandato cambia hacia la figura del “poder hacer” (si no tienes trabajo no es porque el sistema genera millones de desocupados, sino porque eres incapaz de conseguir trabajo, por ejemplo). Como dice Han, en la sociedades disciplinarias el “no” producía locos y criminales, en las actuales el “no poder” genera “depresivos” y fracasados”.

Obviamente, estas figuras, si son tomadas al pie de la letra, dejan una gran cantidad de “agujeros” por donde socavar las características que explican cada uno de los momentos. Por lo menos, en dos sentidos: a nivel descriptivo, hay cantidad de ejemplos que invalidarían las diferentes representaciones que suponen las sociedades disciplinarias, de control y de la transparencia. Y, a nivel conceptual, su carácter totalizador hace pensar en algo cerrado, sin fisuras e inexpugnable. Ante lo primero, habría que decir que se trata de modelos expositivos, que tienden a dar cuenta de ciertas pautas dominantes. En cuanto a lo segundo, ya se ha aclarado de modo suficiente que, más allá de los énfasis en cuanto al “dominio” y al “control”, no se trata de sistemas omniscientes, omnipresentes y omnipotentes.

6)

Como hemos intentado analizar hasta aquí, el big data como discurso de época puede ser abordado desde dos dimensiones. Por un lado, la dimensión epistemológica, en donde mu-

chas de sus aseveraciones pueden llegar a resultar infundadas y exageradas y, en ciertas ocasiones, hasta conspiran con la posibilidad de un conocimiento riguroso de la "realidad". Pero, además, se ubica distante de toda una tradición de pensamiento que, desde hace más de un siglo, ha intentado aportar a la construcción de un conocimiento científico de lo social. Por otro lado, la pregunta con respecto al tipo de saber que genera no puede ser escindida de los interrogantes respecto a las condiciones históricas de surgimiento y a la forma en que acompaña las transformaciones de las condiciones sociales en el llamado capitalismo tardío, sobre todo vinculadas a su pretensión de dominio y control. En este sentido, la pregunta que surge es en relación a los modos en que estas tecnologías pueden ser apropiadas en un sentido diferente a la dominante y fascinante idea de matematización del mundo.

Referencias bibliográficas

Ang, Byung-Chul; (2013) *La sociedad de la transparencia*. Barcelona: Herder.

Bauman, Z.; Lyon, D. (2013) *Vigilancia líquida*. Buenos Aires: Paidós

Bourdieu, P.; Chamboredon, J.C.; Passeron, J. C.(2013) *El oficio del sociólogo.* Buenos Aires: Siglo XXI.

Comte, A. (1999). *Discurso sobre el espíritu positivo*. Madrid: Biblioteca Nueva.

Deleuze, G. (1991) En Christian Ferrer (Comp.) *El lenguaje literario*. T2. Ed Nordan, 1991.

Foucault, M. (2003) *La verdad y las formas jurídicas*. Barcelona: Gedisa.

Foucault, M. (2014) *Vigilar y castigar.* Buenos Aires: Siglo XXI.

Foucault, M (2006) Seguridad, territorio, población. Curso en el collège de France: 1977-1978. Buenos Aires: Siglo XXI.

Gonzáles, W.(2005) *Sobre la predicción en ciencias sociales: Análisis de la propuesta de Merrilee Salmon*. Enrahonar, 37, (181-202).

Horkheimer, M. (2008) Acerca del problema del pronóstico en las ciencias sociales (pp 43-50) (1933), Teoría crítica. Buenos Aires: Amorrortus.

Horkheimer, M (2008) *Teoría tradicional y teoría crítica*.(223-272) (1937) Buenos Aires: Amorrortus.

Lazzaratos, M. (2010). *Las políticas del acontecimiento*. Buenos Aires: Tinta Limón.

Manacorda, P. (1982) *El ordenador del capital*. Madrid: Blume ediciones.

Mayer-Shonberger,V; Cukier, K. (2013). *Big data. La revolución de los datos masivos*. Madrid: Turner Noema.

Melman, Ch. (2005). *El hombre sin gravedad*. Rosario: UNR Editora.

Negri, A.; Hard, M. (2002). *Imperio*. Buenos Aires: Paidós.

Neurath, O. (1965) Sociologia en fisicialismo (287-322). Ayer (comp) El positivismo lógico. México: Fondo de cultura económica.

Popper, K (1980). *La lógica de la investigación científica*. Madrid: Técnos.

Reichenbach, H. (1967). *La filosofía científica*. México: Fondo de cultura económica.

Rodriguez, Pablo (2012). *Historia de la información*. Buenos Aires: Capital intelectual.

Virno, P. (2008) *Gramática de la multitud*. Buenos Aires: Colihue.

Winch, P. (1971). *Ciencia social y filosofía*. Buenos Aires: Amorrortus

Referencias electrónicas

Anderson, C. (2008). El fin de la teoría. Tercera Cultura. Recuperado http://www.terceracultura.net/tc/el-fin-de-la-teoria-el-diluvio-de-datos-%C2%BFhara-obsoleto-el-metodo-cientifico-por-chris-anderson-editor-jefe-de-wired/

Garza Toledo, E. (1987) Medición, cuantificación y reconstrucción de la realidad. Revista mexicana de sociologia. V 49. N1. (281-305). Recuperado de http://www.jstor.org/stable/3540435?origin=JSTOR-pdf&seq=1#page_scan_tab_contents.

Lopez Martín, j. (1995) La predicción científico social en John Stuart Mill. Endoxa, 5, 195-214. Recuperado de http://revistas.uned.es/index.php/endoxa/article/view/4841/4661

Magnani, E. (2017), Hacete amigo del Big data. Revista Anfibia. Recuperado de http://www.revistaanfibia.com/ensayo/hacete-amigo-del-big-data/

Rodriguez, Pablo (2008). Qué son las sociedades de control. Recuperado: http://www.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/21.-Qu%C3%A9-son-las-sociedades-de-control.pdf

Sosa Escudero, W. (2016). Al infinito y más allá: Funes, Borges y Big data. Diario La Nación. Recuperado: https://www.lanacion.com.ar/1907851-al-infinitoy-mas-alla-funes-borgesy-big-data.

Los atributos de estilo como datos

Os atributos de estilo como dados

José Luis Fernández

UBACyT - CIM

unjlfmas@gmail.com

Resumen

Entre los efectos importantes que está generando el avance en el estudio de las nuevas mediatizaciones está el retorno de las especializaciones. En un principio, el conocimiento de la Internet y sus sucesivos desarrollos obligaban al abordaje general: hardware, software, programación, diseño, producción de contenidos y evaluación de resultados. Hoy, cada una de esas actividades genera especialistas que conviven conflictivamente con los otros, tratando de imponer su punto de vista. Este artículo se presenta con el objetivo central de contribuir a las relaciones entre analistas de intercambios discursivos en plataformas mediáticas y analistas de big-data. El análisis de la gran cantidad de datos que genera la actividad en las nuevas mediatizaciones es una de las grandes esperanzas para avanzar en el conocimiento de su compleja vida social. Proponemos incorporar atributos de estilo para organizar la búsqueda y el análisis dentro de las bases de datos que generan las plataformas musicales.

Palabras clave

plataformas, músicas, estilos, semiótica, big-data

Resumo

Entre os efeitos importantes que está gerando o progresso no estudo das mediatizaciones novas é o retorno das especializações. Inicialmente, o conhecimento de Internet e seus desenvolvimentos sucessivos forçouao abordagem geral: hardware, software, programação, design, produção de conteúdo e avaliação dos resultados. Hoje, cada umadessas actividades gera conflictivamente especialistas, coexistindocom o outro, tentando impoerseu ponto de vista. Este artigo é apresentadocom o objectivo central de contribuir para a relação entre os analistas de trocas discursivas em plataformas de mídia e analistas de grande volume de dados. Análise da vasta quantidade de dados gerados pela atividade sobre a nova mediatizaciones é uma das grandes esperanças para avançar no conhecimento de sua vida social complexa. Propomos adicionar atributos de estilo para organizar a pesquisa e a análise dentro dos bancos de dados que geram as plataformas de música.

Palavras-chave

plataformas, música, estilos, semiótica, big-data

1. Introducción. De la *todología* a la especificidad.

Se presentan aquí resultados parciales para contribuir a discusiones en curso respecto a la investigación sobre nuevas mediatizaciones. La gran transformación mediática que ha puesto en cuestión el lugar central de los medios masivos ha generado, y está generando, diversos efectos en el campo de su investigación, pero también en los modos de operar de los especialistas dentro de las diversas mediatizaciones y sus diferentes niveles.

Visto desde el punto de vista de las maneras de investigar las nuevas mediatizaciones, hemos sugerido en un trabajo reciente que estamos en el *tercer momento*, menos fundante, más empírico, de las reflexiones y de los proyectos de investigación enfocados en ellas (Fernández, 2017a).

Sin embargo, en la medida en que se profundizan esos procesos de transformación, comienza a producirse un fenómeno parecido, en ciertos sentidos, al que se produjo con los medios masivos. La semiótica de los medios dio una batalla consistente en favor de la especificidad del nivel discursivo en la conformación de los intercambios discursivos en los medios masivos (Traversa, 1984). Pero esa batalla fue solo parcialmente exitosa: si bien la semiótica es reconocida como una herramienta para describir y comprender los intercambios mediáticos, entre otros, todavía *saber de cine*, *de radio*, *de televisión* implica conocer el contexto de desempeño, la economía política de cada medio, la tecnología que se utiliza para la producción o la distribución. El saber discursivo es un saber importante pero lateral respecto del campo donde supuestamente se juegan las hegemonías y las manipulaciones.

No es el lugar aquí para discutir las debilidades de los modelos *macro* de cada medio, pero sí para anotar algunos aspectos de ese funcionamiento que nos servirán luego. El pensamiento macro, cuando quiere explicar algún éxito o fracaso mediático, primero trata de resolverlo en términos económicos; si se hace difícil, puede pasar a lo político-ideológico; si allí se encuentran contradicciones, se saltará a lo tecnológico y si no, a alguna explicación psicológica o vagamente estilística. Y lo que es interesante es que ello no ha impedido que se desarrollen las especializaciones profesionales y académicas. Así se han construidos ámbitos compartimentados dedicados a la prensa, al cine, a la radio y a la televisión.

Junto con el cuestionamiento de esas especializaciones, las nuevas mediatizaciones, entendidas como novedosas en to-

dos sus niveles, han traído a escena nuevos saberes: las nuevas tecnologías digitales y en red, los nuevos tipos de empresa, los nuevos usos, trajeron una especie de *salto ecológico* que exigiría nuevos modos de pensar y nuevas metodologías de investigación. Una nueva *todología* tomó la escena y, en ese contexto, un *músico digital*, para tomar un ejemplo que está en la vanguardia de estas transformaciones y sobre el que volveremos, debería manejar el hardware y el software a disposición, armar plataformas y redes para hacer producción colaborativa y distribución *peer to peer* y, además, proponer metodologías para evaluar el resultado de su trabajo. Ahí, el big-data será el aliado metodológico.

Así, una de las características de los estudios *macro* sobre las denominadas todavía como *redes sociales* es que las enfocan como un todo que incluye "desde el hardware soporte (Stallman, 2017), las compañías que las desarrollan y manejan (Van Dijck, 2016), el software como máquina básica de producción comunicacional e interactiva (Manovich, 2013) o la fuerza descriptiva y explicativa y descriptiva del big-data" (Mayer-Schönberger, y Cukier, 2013). Vemos que, si bien las definiciones de cada fenómeno parecen cubrir en su complejidad al conjunto de las mediatizaciones y las llamadas redes, siempre se enfocan en uno o más aspectos. Esto último es el camino inevitable de construcción del conocimiento, pero la insistencia en las miradas macro ya se va convirtiendo en una barrera para el avance.

Ahora, al menos para nosotros, ya nos parece evidente que dentro de lo que denominamos plataformas mediáticas hay vida en red y vida relativamente independiente de las interacciones interindividuales, generando intercambios más parecidos a los que son propios de los medios masivos o de los medios interindividuales como el correo o el teléfono. Y de ese modo se van produciendo precisiones, diferenciaciones y descubrimientos de nuevos fenómenos intersticiales. Por ejem-

plo, parece que los bloggers ocupan lugares específicos y novedosos en el *tráfico* de las redes (Gómez del Río, 2017) y que los estudios de los aspectos locativos de las mediatizaciones requieren enfoques y análisis novedosos (Kiektik, 2017).

Y una consecuencia lateral de ese funcionamiento es que ahora no parece haber un conjunto de convenciones o, al menos, un campo semántico común, en el que convivan y trabajen, más o menos coordinados, evaluadores de big-data y diseñadores de aplicaciones, de interfaces gráficas y de nuevos servicios. Otra vez, damosuna batalla contra la todología apoyados en investigación y no en la opinión. Y es en ese sentido que buscamos construir datos con lo que, muy genéricamente, se denomina como *big-data*.

De las múltiples dimensiones que, como veremos, todavía insisten en un campo tan acotado, nos referiremos a los aportes que desde la sociosemiótica de las mediatizaciones y el enfoque genérico-estilístico pueden hacerse a la sofisticación de los análisis de los datos que construyen las plataformas (Fernández, 2017).

2. Plataformas de intercambios comunicacionales: un modo de construir objetos entre otros posibles

Para introducir un enfoque de nivel aproximadamente macro entre lo que era el estudio en la época del broadcasting y lo que es en este momento que, al menos por ahora, seguimos denominando como de *postbroadcasting* (Fernández, 2013), presentamos, respectivamente, las Figuras 1 y 2.

En este artículo no tenemos espacio para representar las construcciones generales de objetos y sus relaciones con las diver-

sas disciplinas y enfoques así que presentaremos las Figuras y haremos una descripción de parecidos y diferencias.

Tanto para estudiar medios masivos como los diferentes sistemas de intercambio discursivo dentro de plataformas mediáticas, seguimos considerando que, luego de situar el objeto de que se trate en su contexto social, la clave es reconstruir el sistema de intercambio de que se trate otorgándole un lugar central al *material* que se intercambia. Ese material es siempre discursivo aun en casos en que, como en muchos sitios, plataformas o aplicaciones, también se incluyan intercambios de bienes y/o servicios[1].

De todos modos, pueden verse, en primer lugar, diferencias entre las Figuras 1 y 2 entre cuál es nuestro objeto de estudio frente a los medios masivos y cuál frente a las nuevas plataformas mediáticas. Sabido es que la semiótica de cuño veroniano, no estudia los textos en sí, sino que los considera como "lugar de pasaje" y como efecto de "intertextualidad" (Verón 1987: 130). Los textos son, desde ese punto de vista, uno de los componentes del sistema de intercambio, clave, pero no captable desde un enfoque inmanentista.

1. Se aproxima el momento en que debamos reconstruir la genealogía del poco interés demostrado por las ciencias sociales por la descripción de lo discursivo. En el campo de lo comunicacional, sin duda está Frankfurt en el origen directo con sus repudios de los objetos culturales como mercancías: "...la opinión pública ha alcanzado un estadio en el que inevitablemente del pensamiento degenera en mercancía y el lenguaje en el elogio de la misma..." (Horkheimer y Adorno, 1998: 52). A su vez, el origen de esa concepción deviene la iluminadora idea de Marx sobre el fetichismo de la mercancía, del Tomo I de El Capital, clave para diferenciar la construcción repetitiva del producto industrial frente a las variaciones de sus usos; pero el producto discursivo mediático, salvo en el cine, la literatura y los discursos grabados, es siempre diferente frente a la repetición industrial. De todos modos, no confiemos en la genealogía exclusivamente marxista del repudio descriptivo. Ya hemos discutido, la sofisticada propuesta de Lazarsfeld y Kendall (1948) para estudiar la audiencia de radio, pero sin incluir una teoría sobre sus contenidos (Fernández, 2012: 274-276).

Cuando estudiamos sistemas de intercambios mediáticos masivos, resulta cómodo estudiar, *por un lado*, las condiciones de producción de los discursos y dejar, *para otra instancia*, los reconocimientos efectivamente producidos. Por eso se ve que, si bien la elipse de puntos incluye lo etnográfico y lo semiótico, el desafío es articular los estudios etnográficos de audiencias con el análisis semiótico que se aplica sobre lo discursivo.

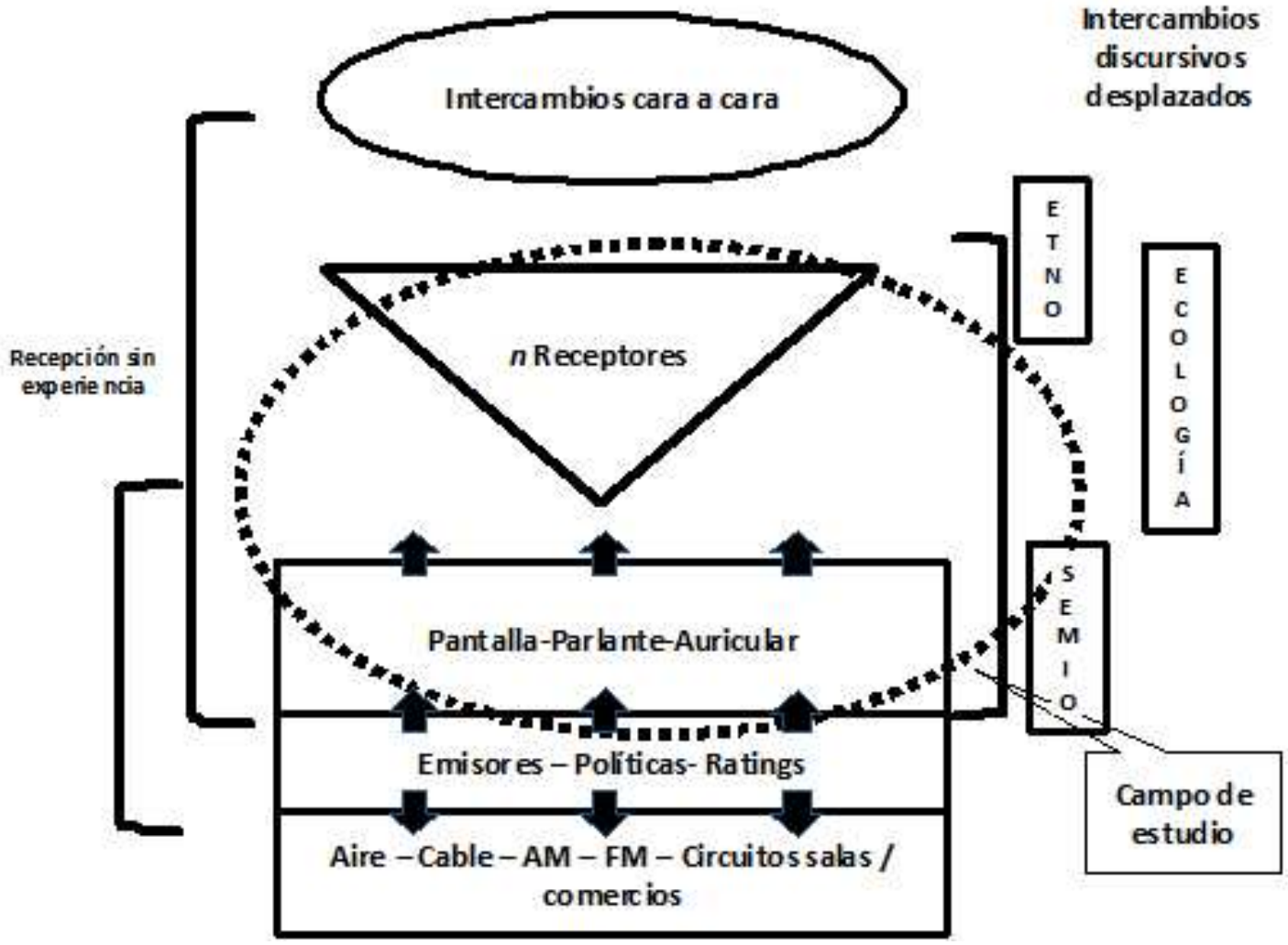


Figura 1

En ese esquema, la *media ecology*, se presenta como un modo de construir contextos, sin contenidos discursivos, pero que sirven de marcos contextuales de lo comunicacional y como soporte para la comprensión de los grandes cambios históricos.

En la Figura 2, el gran cambio que se representa es la invasión de los espectadores en el universo discursivo de las pantallas. Esa participación de los ahora más usuarios que receptores, tiene una doble condición: por un lado, quedan registros en la pantalla emisora de los discursos que provienen de *seguidores*

o *contactos,* pero además, buena parte de esas intervenciones son tanto *acciones* como discursos: megustear o favear, compartir, subir o bajar, son modos participativos en los que cada interviniente toma partido, lleva y trae, como en un espacio social compartido (Fernández, 2018). Por ello, lo semiótico y lo etnográfico es conveniente que convivan y que la ecología de los medios esté cerca (Scolari, 2015).

La presencia cercana de las experiencias de usuarios y del diseño de aplicaciones obligan a considerar siempre lo ecológico, que ahora puede variar no solamente por grandes movimientos, como fueron en su momento el agregado de la fotografía a las publicaciones gráficas o la aparición de la television en el espacio que previamente ocupaban la radio y el cine.

En realidad, la utilidad de estas descripciones tan primitivas no está en el mostrar las diferencias entre sistemas de intercambio mediáticos en medios masivos, por un lado, y en plataformas, por el otro. Lo que interesa aquí es ver que desde la semiótica de las mediatizaciones que practicamos no establecemos barreras con otras disciplinas, sino diferentes modos de asociación según el tipo de objeto que se investiga.

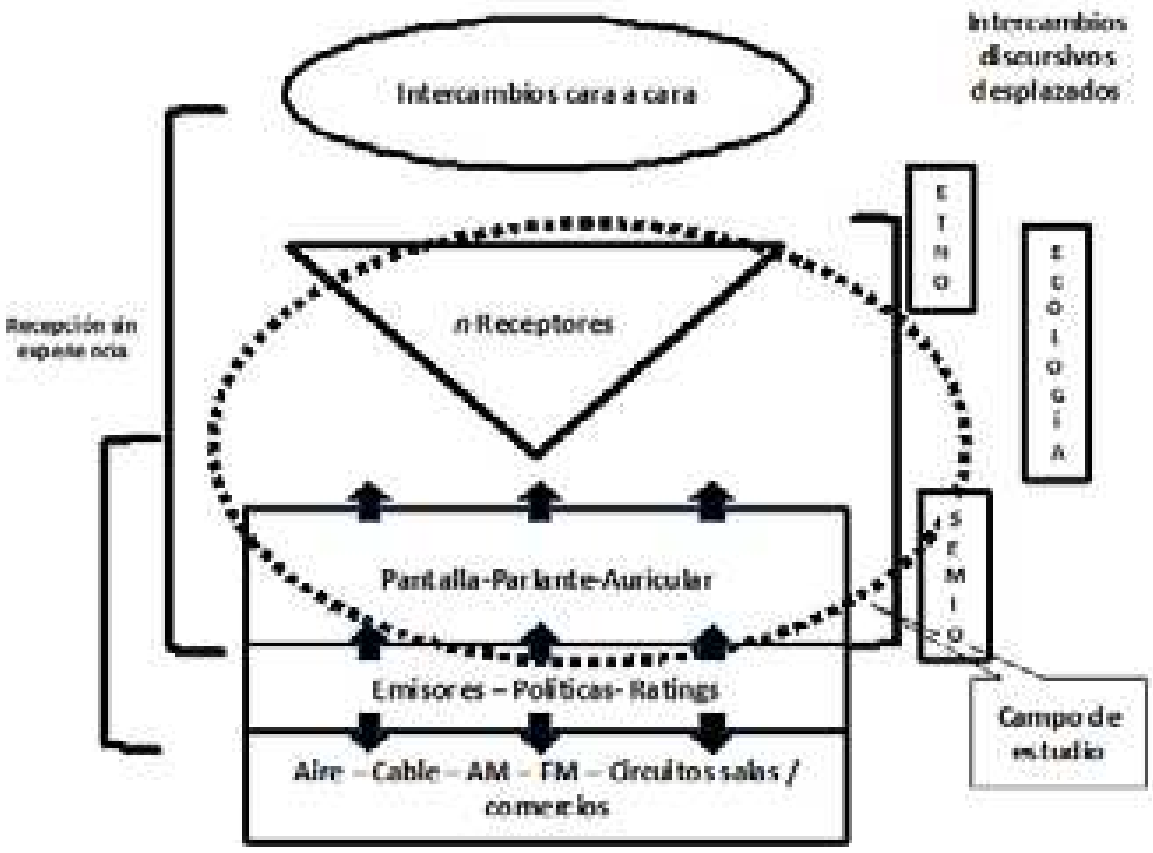


Figura 2

La clave para este artículo es ver cómo consideramos, a partir de nuestra experiencia de investigación, cuáles son nuestras *incumbencias* y a cuáles componentes del conjunto del fenómeno se aplican. Nunca nos dedicamos a lo institucional y lo legal en los medios, salvo en sus componentes discursivos que intervenían en los intercambios mediáticos. Respecto a las tecnologías, por su parte, diferenciamos la toma directa del grabado, como elementos claves en los discursos de la radio y de la televisión, y registramos que rápidamente la AM y la FM compartieron los mismos géneros y tipos discursivos. En ese caso, lo tecnológico no generó discurso.

En el estudio de las nuevas plataformas, vemos que el hardware y la logística de almacenamiento de datos, con sus resultados impresionantes como los de la *nube*, no quedan dentro de nuestras posibilidades de estudio. El campo del software y del big-data apenas son incorporados en nuestras investigaciones. Lo que sí nos queda claro es que las interacciones entre áreas y sistemas de trabajo crecerán con la misma intensidad con que se produce la especialización: la convergencia mediática no es un invento de Jenkins sino una práctica de vida progresiva.

Por lo dicho anteriormente, presentaremos a continuación un sitio que trabaja con los datos de Spotify, para generar nuevas interacciones entre usuarios y de ellos con la plataforma.

3. *Everynoise at once*: un esfuerzo de globalización de los contenidos musicales

Every noise at once (http://everynoise.com/engenremap.html) es un sitio diseñado por Glenn Mcdonald que se presenta como "... un intento on-going de construcción de una trama construida algorítmicamente con datos de seguimiento de las solicitudes de 1721(!) géneros musicales en Spotify. "Si bien se admite que la calibración es borrosa, se la considera como

orgánica, representativa de las relaciones entre los diversos pedidos de los usuarios en la plataforma y, en parte, producto de la graficación de los resultados[2]. Si bien los géneros son en general vinculados al rock, veremos que ello se debe muy posiblemente a la música solicitada en Spotify.

El sitio afirma que está clasificado según géneros, a los que describe de la siguiente manera:

> *Cuando decimos "música rock", por supuesto, no estamos hablando acerca de la frecuencia del término en el corpus del texto descriptivo, hablamos de un tipo de música. Es un término amorfo, evolutivo, impreciso, delineado por la música, pero aun así, si le explicáramos a alguien esa idea de la música rock, podríamos directamente aclarar: "Vos sabés, rock music, hombre! Guitarras, baterías, los Stones, TheWho, Led Zeppelin, ese tipo de cosas." O tal vez, podríamos decir Nirvana y U2, otal vez diríamos The AllmanBrothers y Lynyrd Skynyrd. En realidad tal vez esto signifique rock clásico, o álbum de rock, o rock alternativo*

Es decir que toma las clasificaciones de género, como corresponde, de acuerdo a las ambigüedades de su uso social: ninguna clasificación es rigurosamente construida, aunque todas sirvan para algo en el metadiscurso social sobre las músicas. Luego veremos que, en la tensión genérico-estilística, como en las que se presentan en la de espacio-tiempo, es muy difícil fijar la clasificación social (de género se pasa, sin que se advierta, a estilos y viceversa) y que, en cambio, pueden aprovecharse esas ambigüedades.

Al entrar al sitio aparece el mapa relacional que se presenta en la Figura 3 en el que los está distribuidos los 1721 géneros. Al cliquear en cada uno de los géneros presentados se accede a una *playlist* de temas del género, de acuerdo a las denomina-

2. Todas las traducciones, parciales y aproximadas, de los textos del sitio, bastante jergosos por otra parte, son responsabilidad del autor.

ciones de los usuarios. Como se ve, esa representación gráfica es imposible de incluir en la página de un libro de tamaño habitual.

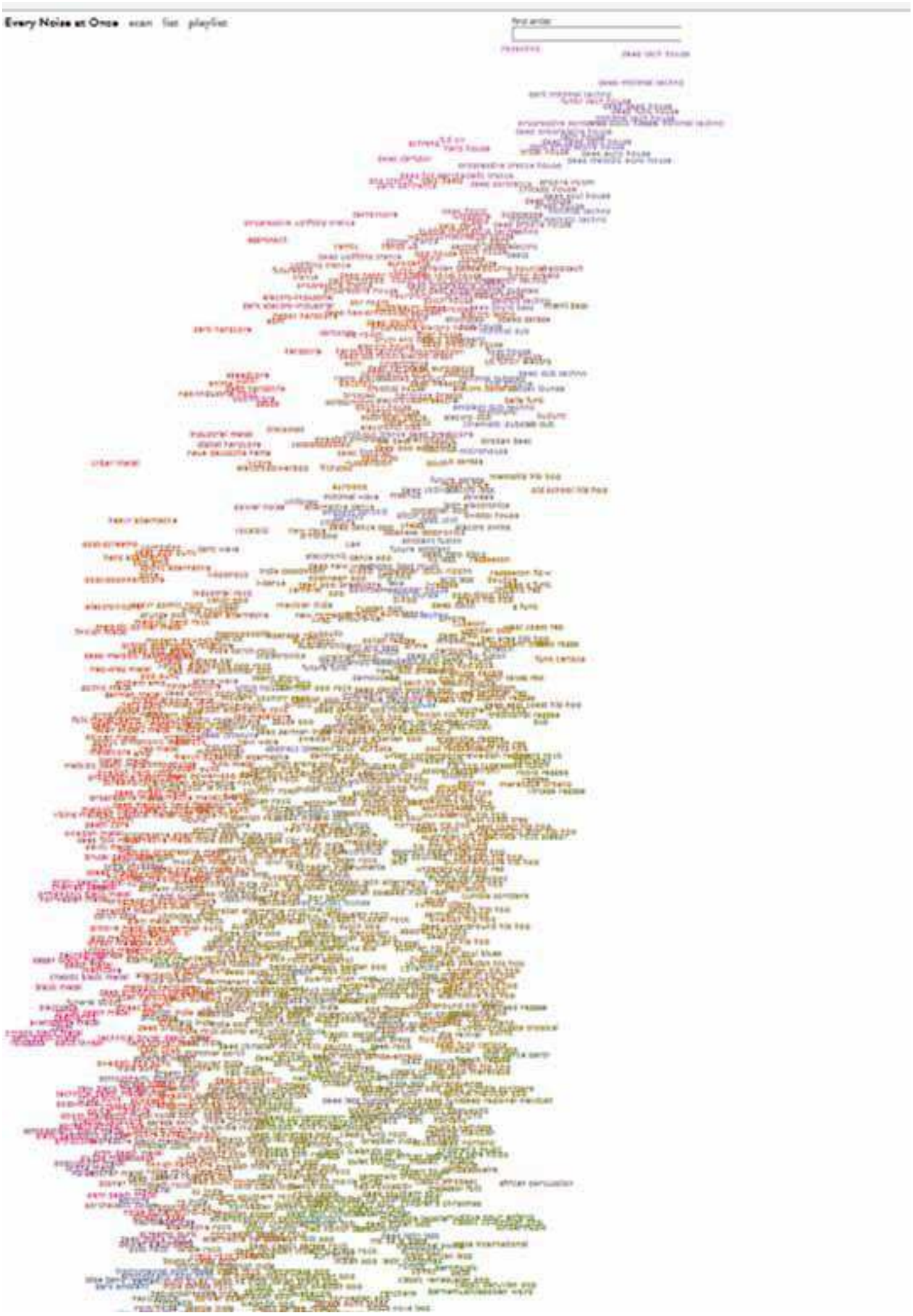


Figura 3

Por otra parte, si de los 1721 géneros aislamos solamente los primeros 15, vemos algunos de los cientos relacionados con el *metal*:

open in Spotify

1	☊	voidgaze
2	☊	atmospheric black metal
3	☊	avantgarde metal
4	☊	pagan black metal
5	☊	chaotic black metal
6	☊	dark black metal
7	☊	black metal
8	☊	post-metal
9	☊	blackgaze
10	☊	post-doom metal
11	☊	usbm
12	☊	drone metal
13	☊	symphonic black metal
14	☊	viking metal
15	☊	doom metal

Se ve con claridad que el listado se parece más a lo estilístico o a presencia de subgéneros que a géneros diferenciables entre sí.

Y recorriendo la lista, en el puesto 597 aparece *argentine rock*; al cliquear a su vez, aparece allí otra lista en la que, en cuarto lugar, se encuentra *argentine indie*. Nos parece de interés detenernos allí y ver la pantalla que se abre que mostramos como Figura 4)

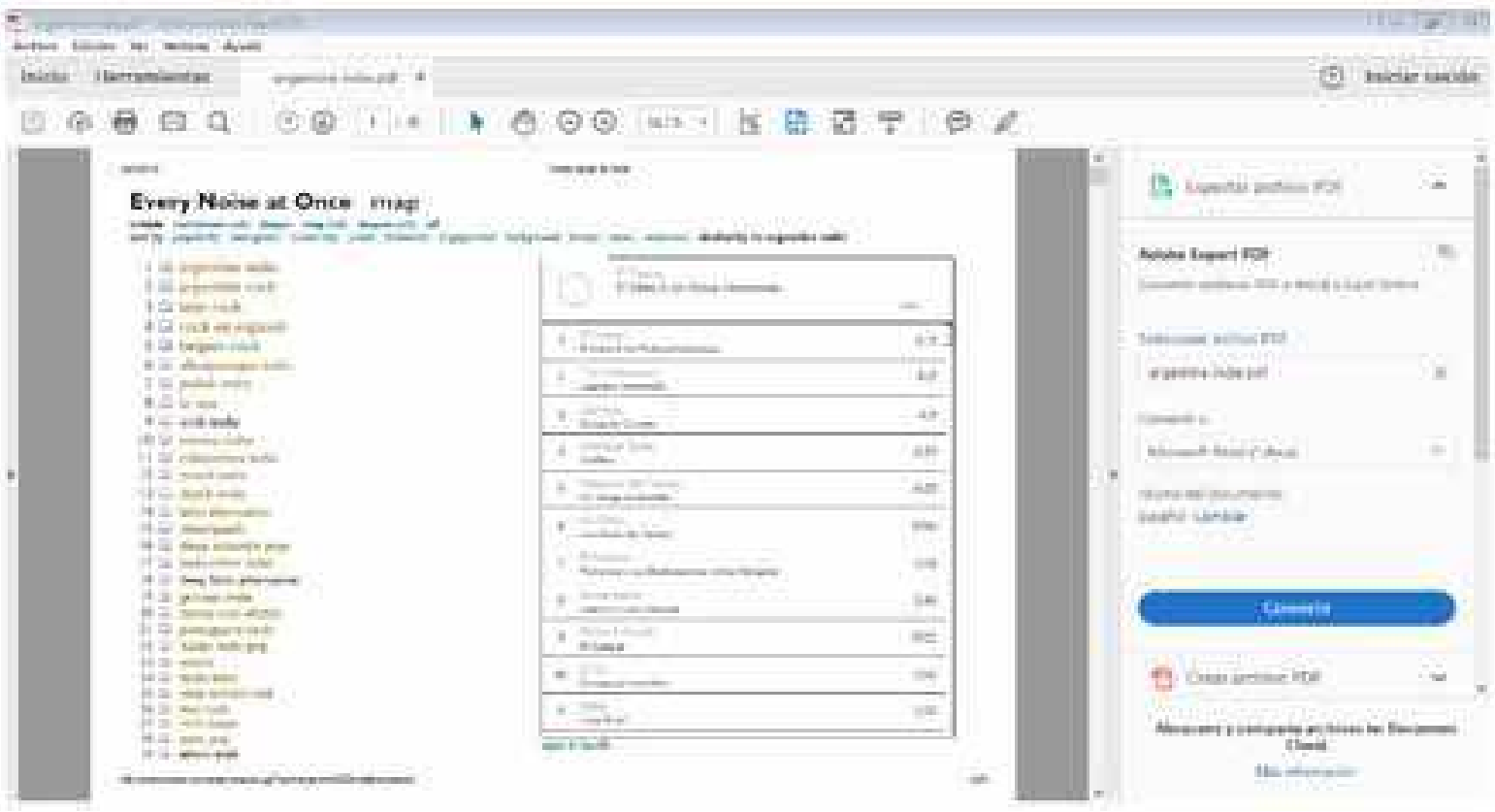


Figura 4

En esa playlist de *argentine indie* aparecen, con la blandura estilística que suele atribuirse a lo *indie*, temás de *Él mato a un policía motorizado*, *Lisandro Aristimuño*, *Banda de Turistas* y, por ejemplo, en la posición 10, Emanuel Horvilleur. En cambio, en la lista previa de *argentine rock*, relacionada primero con lo español y lo latino que con lo indie, se encuentran grupos y músicos como *Las pelotas*, *Divididos*, *Intoxicados*, *Catupecu Machu* y otros consagrados, incluyendo a *Luis Alberto Spinetta*.

Esto ocurre entrando por las listas.

Es tanto o más interesante lo que sucede si buscamos en el mapa de todos los géneros, que es lo primero que se presenta al ingresar al sitio (Figura 3). Si en el buscador introducimos la categoría *argentine rock*, se construye la Figura 5[3].

3. Algo a tener en cuenta, y que hace muy trabajoso el sostener resultados

En ese mapa del *argentine rock* puede verse que está *todo el rock argentino*, y que aparecen especies de islas regionales en el centro del mapeo, como la presencia de Cuarteto de Nos. Es decir que las clasificaciones preservan esa cuota de ambigüedad propia del conjunto de la vida social pero que, cuando se penetra en los que gustan de cada tipo musical, ello puede verse como conflictivo.

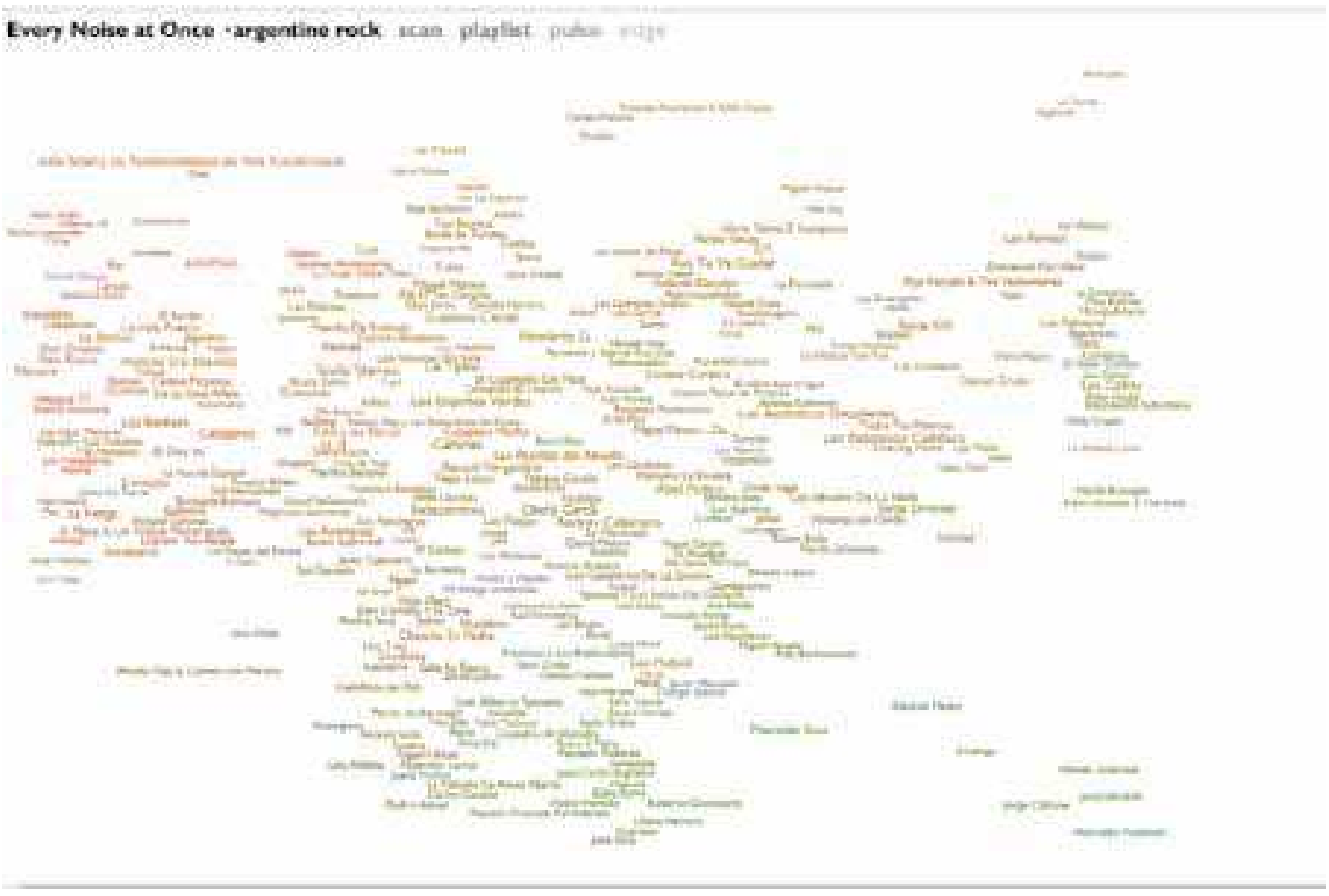


Figura 5

Algo muy curioso, y que no puede considerarse en esta escala de generalidad como un dato plenamente errado, es que, como se ve en la Figura 6, en la disgregación y dispersión de los bordes aparecen casos de música argentina, de la denominada folklórica, de diversos estilos regionales, y de tango y cumbia local. Es decir que el algoritmo puede establecer cier-

---

estables. La razón es que, por estar construido on-line varían los resultados. Lo que el 14/05/18 aparecía en el puesto 597 de la lista, y sobre lo cual organizamos este análisis, en el día previo a la entrega, el 15/0518 había desaparecido con toda referencia a lo argentino. Así también, cuando presentamos los primeros resultados en el coloquio, las referencias al denominado *folklore argentino* eran mínimas y, como se ve en la figura

tas relaciones entre músicas más buscadas por los jóvenes, que seguramente sean el *core-business* de la plataforma, pero al mismo tiempo tiende a aislar en la representación espacial las que responden a otros patrones de búsquedas (¿frecuencia?, ¿localización?, ¿edad?).

Figura 6

También podría ocurrir que incida la extensión territorial con sus consecuencias de matices aun dentro de ambientes musicales relativamente homogéneos, y por ello se justifique el elemento local que acompaña a diversas variantes del *metal* y del *punk* en la lista. Ahora bien, a diferencia del momento en que presentamos la versión oral de este trabajo, en agosto de 2017, cuando el *folklore argentino* era poco más que unas hilachas de confusas relaciones con el resto de los géneros solo sostenidas por figuras individuales, en la última observación llevada a cabo en el sitio (Figura 7), el folklore incluye diversos artistas, aunque se plantean relaciones complejas con el chamamé y cercanías poco justificables entre, por ejemplo, *Horacio Guarany* y el *Chango Farías Gómez*.

De todos modos, con estas descripciones apenas nos acercamos a lo básico que ofrece *Everynoise at once*. De hecho, Teo Tormo en *Hispasonic*, en su elogioso posteo sobre el sitio, recomienda: “Pasar un rato escuchando géneros de los que nunca has oído hablar puede convertirse en algo que engancha un poco, otras veces te pones a investigar a fondo a los artistas que acabas de descubrir”.

Figura 7

4. La tensión género/estilo en las plataformas musicales

Desde ya, se habrá notado que la articulación entre la presencia de géneros (es decir las marcas de cliqueo sobre temas individuales o diversos tipos de playlists, Fernández, 2017b) y diversos procesamientos de análisis implican una brutal complejidad de los datos, tal vez inabarcable para un solo investigador y hasta para un equipo[4]. Por otra parte, además de lo que ya mostramos sobre listados y mapas y las reflexiones sobre género, el sitio ofrece links que organizan las listas de datos de Spotify, entre otras, según:

4. El tema de la complejidad de los estudios a los que obliga el conocimiento de las plataformas mediáticas y la necesidad de constituir equipos multipaíses, además de multidisciplinarios, viene siendo un tema recurrente, y que habrá que abordar en el futuro (Fernández, 2018).

A Retromatic History of Music (orLove), que sigue a los géneros a través de su momento de producción

The Spotify New-Release Sorting Hat, construyendo tendencias semanales de estrenos

We Built This City On, según las ciudades de origen

Genresby Country, con relaciones por países

Songs From the Edges, procurando establecer tendencias y límites

Songs From the Ages, con cortes por edad

Songs From the Streets, muestras por ciudad de consumo

Diversos otros recortes, que están, por otra parte, en desarrollo

Teo Tormo registra sin comentarios críticos la clasificación estilística que propone Glenn McDonald, el diseñador del sitio y quien realiza los análisis. McDonald dice que "...los que aparecen más abajo son géneros más orgánicos, mientras que los de arriba son más mecánicos, y cuanto más a la izquierda más densos y atmosféricos, y a la derecha más punzantes y saltarines" (Tormo, 2015). En los *comments* del sitio esa discusión se recupera lateralmente y, otro punto de interés, es que en esos comments de *Hispasonic* al posteo de Tormo, en general no se cuestiona lo macro del esquema, sino que se discuten casos[5]. Veamos ejemplos y démosles espacio, al menos en este artículo, como muestra del metadiscurso que se genera en los usuarios, tanto de Spotify, como de *Every noise...*:

> *Pues no han dado mucho en el clavo con los ejemplos de la música. En la EBM han puesto un tema de los Project Pitchfork que*

5. Apenas se han editado los *comments* porque debe formar parte de la comprensión de estos sistemas de intercambio, la proliferación de terminologías y jergas para fijar géneros y estilos.

es más dark electro, en vez de poner a los Front 242 o a la DAF. Y en New Beat a Time Modem :???: Y en el synthpop igual, ¿Quién coño son los Little Boots ?, si eso parece eurodance. En New Romantic, han puesto a los A-ha , ...bueno, pueden pasar! Y a saber donde están Kraftwerk , ...porque en Electro, no están ! Otra pagina liándola aun más con esto de los estilos!

Nunca llueve a gusto de todos... en este tema no alcanzaríamos el consenso jamás, creo. Yo por ejemplo, no pondría nunca a los Kraft como electro (si, como una de sus principales influencias):

... el baile funk (funk carioca), que es un breakbeat primitivo con un rollo recitamento de influencias así sui generis, entre el forró y el reggaeton o el rap old skool, son más orgánicos que muchas ramas del House que aparecen más arriba en la parte automática?¿Seguro que no existe prejuicio cultural en la asociación tan estrecha, pero no tan sonora siquiera...de reggaeton, kuduro, bounce, latin hip hop, deep g funk, skweee...?¿En serio Drop it like it's hot es el representante del G-Funk??Igual si cogen esto...les sale bastante más abajo y más a la izda: https://www.youtube.com/watch?v=zpK3qoTyqqIPor otra parte....seguro que el neo-soul jazz es más "automático" y punzante que el hungarian hip-hop? y el beat smooth jazz que el soul clásico o el motown...? (Motown es el estilo de....Marvin o Stevie?, de Supremes o Commodores? o de Boyz II Men?)

Este tipo de comments son una representación de la compleja trama genérico-estilística propia de las diversas vidas de lo musical. Cada una de las tramas -por otra parte, difícilmente independientes-, es producto del entrelazamiento de, al menos, tres niveles de discursividad que convergen en cada circuito musical:

> *Las características específicas de cada género musical y de su recorrido cultural*
>
> *Las modalizaciones estilísticas que generan en ese recorrido, tanto en sus cruces territoriales o mediáticos, con otros géneros*

Las relaciones performance/mediatización que constituyen la vida social de cada circuito: no es lo mismo la presencia cara a cara en el hip-hop, los sonideros y el denominado folklore argentino, que en los grandes grupos de rock o de música electrónica

Solo para este momento de nuestro trabajo y como aporte a las discusiones de cómo relacionar las investigaciones socio-semióticas con las originadas en el big data, supongamos que estos comments representan modos de procesamiento habituales de los resultados de *Every noise...* o equivalentes. Si esto fuera así, nos resultaría evidente que la organización de los datos del sitio es muy atractiva para incentivar la conversación y el análisis de lo musical en la sociedad. En ese caso, uno de los sueños positivos sobre el desarrollo de las plataformas y redes sociales estaría en vía de resolución.

Cuando nos colocamos en la posición de investigadores de estos fenómenos, y no solo como descriptores y difusores de las nuevas mediatizaciones y sus plataformas, la situación no es tan fácil. Si quisiéramos conocer acerca de la vida del folklore argentino, o de los nuevos artistas del rock regional, o cómo se relacionan cualquiera de esos géneros y estilos musicales con sus músicos, sus públicos y sus plataformas, a cada paso nos surgirían problemas e inseguridades producto de esa confusión y ambigüedad descriptiva que generan las clasificaciones del big-data y que tanto apasiona a sus seguidores.

Para nosotros, la respuesta es fácil de decir y muy difícil de realizar: es evidente que cualquier descripción más objetiva y ajustada de géneros y, muy especialmente, estilos, sería de suma utilidad.

En un trabajo de hace años y que está en proceso de revisión (Fernández, 1998), decíamos que para describir los modos de vida de un estilo con más precisión de lo que lo hacen los nativos (en este caso aplicado a las vidas de lo musical), además

de los rasgos propiamente musicales, hacen falta tres tipos de atributos[6]:

> *aquellos con los que los propios nativos diferencian un estilo de otro*
>
> *los que tienen que ver con las ocasiones de escucha*
>
> *los que describen los modos en que los integrantes del grupo se conectan entre sí y construyen el mundo musical desde la propia perspectiva*

Por supuesto que esto implicará un trabajo de investigación que solo parcialmente está en marcha, pero no es la única manera de intervenir para mejorar el aporte del big-data a la investigación; por ejemplo, para cada campo genérico-estilístico se podría convocar a un grupo de expertos dedicados a él. Este es un procedimiento habitual en diferentes campos de investigación aplicada. Tal vez ya se esté haciendo, pero es evidente que en las áreas que nos interesan a nosotros, prima más la *adición* de resultados, propio de estas metodologías, que la construcción de estatutos genérico-estilísticos.

5. Conclusiones

En primer lugar, debe quedar en claro que, desde nuestro punto de vista y desde nuestra experiencia, consideramos al big-data como una de las claves en el estudio de las nuevas mediatizaciones, sus plataformas y sus redes.

En el caso que hemos analizado, *Everynoise at once*, basado en los datos masivos generados por la plataforma Spotify, los resultados son muy interesantes para explorar diversos campos genérico-estilísticos y posibles relaciones entre ellos.

6. Como se ve, ya en ese momento podría denominarse al enfoque como *semio-etnográfico*.

Por otra parte, se observa que, aun para los usuarios de los datos en este sitio, el ordenamiento de los datos no es un punto final del recorrido: es un paso más en la construcción de relaciones entre usuarios y músicas, de discusiones sobre géneros y estilos, sus parecidos y diferencias, sus espacios centrales y sus bordes de influencia.

Desde el punto de vista de la investigación de plataformas, en cambio, esos intercambios de comments, esa proliferación metadiscursiva, son parte de nuestro objeto de estudio: imposible entender sin ellos la vida social de lo musical en plataformas como Spotify o equivalentes.

Para aprovechar los conocimientos sobre lo genérico-estilístico a la profundización del conocimiento del campo proponemos dos caminos:

un camino *corto*, convocando a grupos de expertos en cada encrucijada genérico-estilística de lo musical

un camino *largo*, para la construcción de segmentaciones estilísticas relacionadas con lo musical

Tal vez las nuevas mediatizaciones nos permitan hacer multidisciplina a partir de enfoques de aspectos/detalles de nuestros objetos.Es posible que podamos construir así un escenario de investigación que eluda convertirse en conservador de no sabemos qué certezas solo por evitar un optimismo ciego sobre las fuerzas del big-data.

Tenemos la sensación, bastante entendible en definitiva, de que le venimos corriendo de atrás al big-data, pero el caso que presentamos superficialmente aquí es uno más de entre los que evidencian que al big-data no le va a pasar nada malo si mira cómo trabajamos desde la sociosemiótica de las mediatizaciones. El cruce genérico-estilístico parece que va a ser necesario para diseñar, monitorear y someter a crítica los resultados del análisis de redes sociales. Tal vez encontremos

entonces una nueva posibilidad para una multidisciplina operativa.

Referencias bibliográficas

Fernández, J. L. (2012). *La captura de la audiencia radiofónica*. Buenos Aires: Líber Editores.

Fernández, J. L. (2017b). "La vida en plataformas: auriculares + smartphones". En: Pardo Abril, N. (2017). *Semióticas. Materialidades, discursividades y culturas.* Bogotá, Colombia: Instituto Caro y Cuervo, Imprenta patriótica, Bogotá. 2017. ISBN 978-958-775-992-1. Pp. -71-88-

Fernández, J. L. (2018). *Plataformas mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias.* Buenos Aires: La Crujía. ISBN 978-987-4168-10-8. 176 p.

García Fanlo, L. (2014). Payadas, payadores e identidad nacional. En: Nº 11, 1er. Semestre 2014. *L.I.S. Letra, imagen, sonido. Ciudad mediatizada*. Buenos Aires: UBACyT.

Gómez del Río, G. (2017). *Los cibergéneros especializados: gestión de contenidos en weblogs independientes de moda*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales – Maestría en Periodismo.

Horkheimer, M. y Adorno, T. W. [1969] (1994). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid: Editorial Trotta.

Jenkins, H. (2008 [2006])*Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Kiektik, M. L. (2017). *Medios locativos y configuración de neolugares*. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Lazarsfeld, P. F. y Kendall, P. L. *Radio listening in America. Farmersville*, Calif, Pacific Book Supply Co., 1948

Manovich, L. (2013). *Software Takes Command,* New York: Bloomsbury Academic.

Marx, K: *El Capital*, Libro primero, Cap. I, Mercancía y dinero. México: Siglo XXI.

Mayer-Schönberger, V. y Cukier, K. (2013). *Big data. La revolución de los datos masivos* Traducción: Antonio J. Iriarte; Madrid: Turner.

Rudder, Ch. (2016). *Dataclismo. Qué hacemos cuando creemos que nadie nos mira.* E-book de Penguin-Random house, Grupo Editorial España.

Scolari, C. A. (2015). Ecología de los medios: de la metáfora a la teoría (y más allá). En: Scolari, C. A. (Ed.) *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa.

Traversa, O. (1974). Cine: la ideología de la no-especificidad. En: *Lenguajes 2* (pp. 121-133). Buenos Aires: Asociación Argentina de Semiótica, Nueva visión.

Van Dijck, J. (2016, 2013). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales.* Buenos Aires: Siglo XXI.

Referencias electrónicas

Alonso, J. A. La búsqueda y la construcción subjetiva en la marea de las Humanidades Digitales y la Big Data. ¿Somos lo que buscamos o buscamos lo que somos?

https://www.academia.edu/36538811/La_b%C3%BAsqueda_y_la_construcci%C3%B3n_subjetiva_en_la_marea_de_las_Humanidades_Digitales_y_la_Big_Data._Somos_lo_que_buscamos_o_buscamos_lo_que_somos

Every Noise at Once.http://everynoise.com/engenremap. Última consulta: 14-05-18.

Fernández, J. L. (1995). Estilo discursivo y planeamiento comunicacional. Oficios Terrestres Nº 1. La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP (pp. 20-25.

https://www.academia.edu/8613326/Estilo_discursivo_y_planeamiento_comunicacional

Fernández, J. L. (2016) Plataformas mediáticas y niveles de análisis. En: *InMediaciones de la comunicación 11*. Pp 71-96. (2016). Montevideo: Revista de la Escuela de Comunicación, Facultad de Comunicación y Diseño, Universidad ORT, Uruguay.https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/issue/viewIssue/217/19

Fernández, J.L. (2017a) El enfoque estilístico (Material para la cátedra Semiótica de las Mediatizaciones). Buenos Aires: Ciencias de la Comunicación, FSoc-UBA.
https://www.academia.edu/34537622/EL_ENFOQUE_ESTIL%C3%8DSTICO

Tormo, T. (2015) Every Noise at Once: un mapa sonoro de la música. Hispasonic. https://www.hispasonic.com/noticias/every-noise-at-once-mapa-sonoro-musica/41232. Última consulta: 20-11-2017

Stallman, R. (2017). La 'Nube' no existe, la usan para que no preguntemos dónde están nuestros datos. Entrevista Agencia Telam sin firma 10/06/2017. En: http://www.telam.com.ar/notas/201706/191932-sofware-libre-entrevista-richard-stallman.html. Última consulta: 09/07/2017

El cuerpo del corpus #RosarioSangra. Colaboración artesanal-computacional para el estudio de la articulación de regímenes de visibilidad

O corpo do corpus #RosarioSangra. Colaboração entre artesanal e informática para o estudo da articulação de esquemas de visibilidade

Ma. Cecilia Reviglio

CIM - UNR

ceciliareviglio@hotmail.com

Sebastián Castro Rojas

CIM - UNR

srcastrorojas@gmail.com

Resumen

La construcción de corpus de análisis heterogéneos -que den cuenta de fenómenos complejos como los que en la actualidad presentan las sociedades altamente mediatizadas- es uno de los desafíos actuales de la investigación social. En ese marco, este capítulo se propone exponer el recorrido a través del cual se construyó el corpus de un proyecto de investigación que busca indagar los modos en que se produce la articulación entre regímenes de visibilidad, así como la manera en que las

redes sociales en Internet modifican la fisonomía de lo público en el contexto de sociedades altamente mediatizadas.

El caso estudiado, al que denominamos #RosarioSangra, consiste en un fenómeno cuya visibilidad comenzó en redes sociales en Internet con una convocatoria a marchar en pedido de seguridad y justicia durante el segundo semestre de 2016y que tuvo su correlato tanto en las calles como en el espacio mediático que cubrió las manifestaciones.

Palabras clave
corpus, visibilidad, redes sociales, articulación, esfera pública

Resumo
A construção de um corpus de análises heterogêneas -que explicam fenômenos complexos, como os que atualmente são apresentados por sociedades altamente mediadas- é um dos desafios atuais da pesquisa social. Neste contexto, este capítulo pretende expor o percurso através do qual foi construído o corpus de um projeto de pesquisa que busca investigar as formas em que ocorre a articulação entre os regimes de visibilidade, bem como a forma como as redes sociais em Internet modifica o rosto do público no contexto de sociedades altamente mediadas.

O caso estudado, que chamamos de #RosarioSangra, consiste em um fenômeno cuja visibilidade começou nas redes sociais na Internet com um apelo à marcha para a segurança e a justiça no segundo semestre de 2016 e que teve sua correlação nas ruas e em o espaço de mídia que cobriu as manifestações.

Palavras-chave
corpus, visibilidade, redes sociais, articulação, esfera pública

1. El cruce de campos, buscando el corpus en la montaña de datos

Uno de los desafíos de cualquier investigación es, precisamente, la construcción de un corpus de análisis que permita abordar, para comprenderlo, el problema-origen de la misma. El objetivo de este capítulo es exponer el proceso de construcción del corpus a partir del cual estamos abordando el fenómeno que hemos denominado #RosarioSangra en el marco del proyecto de investigación "Nuevas visibilidades en la cultura digital: esfera pública contemporánea y redes sociales en Internet"[1]. Tal como hemos planteado en otras publicaciones (Reviglio, Raimondo Anselmino y Gindin, 2017; Castro Rojas, Raimondo Anselmino y Brussa, 2016), creemos que este caso de estudio nos permitirá, de modo más general, analizar las maneras en que los discursos sobre lo público visibilizados al ser publicados en Facebook o en Twitter adquieren visibilidad situada de la co-presencia y/o mediática por fuera de las plataformas de las redes sociales en Internet (en adelante RSI) donde surgieron.

Tal como hemos desarrollado extensamente en otro trabajo (Reviglio et al., 2017), delimitamos el caso #RosarioSangra como un fenómeno cuya visibilidad comenzó en RSI, a partir de convocatorias a marchar en pedido de seguridad y justicia durante el segundo semestre de 2016 en la ciudad de Rosario, Argentina, y que tuvo su correlato en las calles en ocasión de

1. El PI+D "Nuevas visibilidades en la cultura digital: esfera pública contemporánea y redes sociales en Internet", está radicado en Programa de Incentivos (Mincyt) y es ejecutado en el Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) bajo la dirección de Sebastián Castro Rojas y la codirección de Natalia RaimondoAnselmino y Ma. Cecilia Reviglio. Integran el equipo del proyecto los investigadores Irene Gindin, Luis Baggiolini, Guillermo Leale, Ricardo Diviani y Cecilia Echecopar; becaria Mariana Busso (CONICET) y los auxiliares de investigación Alejandro Sambrana, Natalia Coiutti, Virginia Brusa, Daniela Sánchez, Karen Roberts, Ana Laura Cardoso, Emmanuel Pérez y Josefina Pérez.

tres movilizaciones masivas, así como en el espacio mediático donde gozó de una amplia cobertura.

De esta delimitación preliminar se desprende que la construcción del corpus de análisis deberá considerar una serie de discursividades diversas y, al mismo tiempo, grandes cantidades de datos[2]. Esto último constituye un desafío que nos sitúa ante la necesidad de articular nuestras reflexiones con la línea de las humanidades digitales y los métodos computacionales, especialmente la *minería de datos*, para recopilar, pre-procesar, procesar y analizar las peculiaridades de los textos digitales -y sus meta-textos- que circulan en las RSI en la actualidad.

En la época presente, los fenómenos socio-tecnológicos requieren, para su abordaje,del cruce de saberes de distintas disciplinas y/o campos de estudio -la ingeniería de sistemas, la sociosemiótica, la sociología, la antropología, la ciencia política, entre otras-, en otras palabras, nos compelen a hacer cooperar saberes institucionalmente separados para, de esta manera, comenzar a producir nuevos. En este sentido, el problema de investigación construido reclama un abordaje transdisciplinar, es decir,como venimos de afirmar, requiere la contribución cooperativa de distintos saberes tradicionalmente anclados en determinadas disciplinas y/o campos de estudio; saberes que, por lo tanto, deberán ser dislocados de sus habituales -y confortables- espacios de inserción y desarrollo para poder ser entrecruzados, puestos en diálogo, tensionados, en un nuevo lugar de reflexión.

La sinergia con un equipo de ingenieros expertos en *Data Mining* o minería de datos posibilitó la formación de un equipo transdisciplinario que actualmente trabaja en el problema. Si bien en un primer momento, la cooperación empezó con la

2. Actualmente se emplea el anglicismo *big data*, para referirse “a volúmenes masivos y complejos de información estructurada y no estructurada que requiere de métodos computacionales para extraer conocimiento” (ArcilaCalderón, BarbosaCaro yCabezuelo Lorenzo 2016: 624).

extracción de conocimiento a partir de datos masivos y las relaciones subyacentes que pueden existir entre ellos -en otras palabras, el hallazgo de información oculta y potencialmente útil en grandes volúmenes de datos-, se ha construido un verdadero equipo que puede concebir integralmente nuestro objeto de estudio.

En este marco, algunas de las preguntas que nos interpelan son: ¿Cómo analizar las huellas digitales que se materializan en las RSI? ¿Cómo articular métodos computacionales con prácticas artesanales o más tradicionales? ¿Cómo validar el conocimiento producido a partir de este cruce? ¿Cómo trabajar transdiciplinariamente en este contexto? Estos interrogantes invitan a considerar la valoración del denominado "giro computacional" (Berry, 2011) en los procesos de investigación, la práctica transdisciplinar y las *conversaciones* emergentes en el ecosistema digital que ofrecen nuevas posibilidades para el abordaje metodológico en estudios como el nuestro.

El objetivo de este artículo es, como ya adelantamos, compartir el proceso de diseño para la construcción del corpus de análisis -un corpus que, como ya veremos, se presenta constitutivamente complejo- acompañado de una serie de reflexiones sobre el proceso.

2. De cómo surgió #RosarioSangra[3]

En la segunda mitad del año 2016 la ciudad de Rosario fue sede de una serie de convocatorias en pedido de seguridad y justicia. Una enorme movilización ciudadana gestada por familiares de víctimas de inseguridad[4], ciudadanos y vecinos se

3. El presente apartado es una síntesis de un trabajo ya publicado (Reviglio et al., 2017) cuya lectura sugerimos para ampliar las características del caso.

4. Desde la perspectiva de la sociología política, pueden consultarse los trabajos de Schillagi (2009) o Jelin (2007) sobre los grupos de familiares directos de víctimas de inseguridad.

dieron cita en varias oportunidades reclamando a los poderes del Estado la toma de decisiones que pudieran revertir el escenario local. Las pancartas desplegadas durante las distintas movilizaciones, así como los testimonios recabados por el periodismo local, dieron cuenta de la heterogeneidad en las consignas: el abanico de opiniones y posturas diverso incluyó tanto a aquellos que sostenían "Preferimos 3000 maestros en vez de 3000 gendarmes" hasta a los que bregaban por la legalización de la pena de muerte.

Las marchas que tuvieron lugar durante el segundo semestre de 2016 -25 de agosto, 8 de septiembre y 10 de noviembre[5]- fueron convocadas inicialmente a través de RSI, fundamentalmente de Facebook como reacción frente a tres asesinatos sucedidos en la ciudad en un lapso de diez días y con algunas características comunes: dos de las tres víctimas eran jóvenes y las tres, de clase media. (Imagen 1)[6]

A través de procedimientos de tematización (Wolf, 2007) de la prensa local se destacaron estos tres casos, serializándolos, al punto de funcionar como motivación para las convocatorias mencionadas en un clima de indignación social propicio para la organización de las marchas. (Imagen 2)

La convocatoria realizada a través de RSI y la repercusión en el espacio público tradicional -magnitud de la respuesta traducida en cantidad de manifestantes y cobertura de medios locales e incluso nacionales- convierte a este acontecimiento en un caso privilegiado para nuestro análisis que, como ya dijimos, busca analizar la articulación de diferentes regímenes de visibilidad.

5. Cabe aclarar que se seleccionaron estas tres marchas dado que fueron convocadas originalmente a través de RSI, gestadas por grupos locales en reclamo por mayor seguridad y justicia y no en reclamo de un caso en particular.

6. Las imágenes que ilustran este capítulo fueron producidas por la Lic. Natalia Coiutti y Daniela Sánchez, como parte del banco de imágenes del proyecto.

Imagen 1

Imagen 2

2.1. De las convocatorias

La movilización del 25 de agosto fue convocada a través de dos eventos en Facebook: uno creado por Celeste Figueroa -familiar de víctima de un homicidio en 2015- y otro por Cristina Souza, administradora del grupo público "Rosario de pie". Ambos eventos invitaban a marchar desde distintos puntos de la ciudad hasta la sede de los Tribunales Provinciales y, desde allí, hacia la sede local de la Gobernación.

En Twitter, por su parte, circuló la invitación a la movilización y comenzó a utilizarse el *hashtag* #RosarioMarcha. También se usaron #RosarioDePie, #RosarioDiceBasta, #RosarioLlora, #RosarioDueleque fueron ampliando su visibilidad en las redes entre el 18 y el 25 de agosto.

La marcha contó con una asistencia multitudinaria y durante su realización se concertó la fecha de la siguiente movilización.

La manifestación del 8 de septiembre -también multitudinaria- fue convocada, como la anterior, en la sede de los Tribunales Provinciales a través de un evento creado por uno de los grupos que había convocado a la marcha del 25 de agosto. Mesa de Compromiso Ciudadano, Familiares de Víctimas y Vecinos Autoconvocados -ya presentes en el evento anterior-, la ONG Red Antimafia Rosario e incluso Rosario Sangra, como organización, aparecen como organizadores del evento[7].

Por último, la tercera movilización convocada a través un evento también publicado desde el grupo "#Rosario Sangra"[8], se desarrolló el 10 de noviembre. A diferencia de las anteriores, la participación efectiva mermó mucho, así como la cobertura mediática.

7. Esta movilización fue replicada en la capital provincial el mismo día bajo los lemas "Santa Fe Sangra" y "Santa Fe dice basta".

8. Este es el mismo grupo que al momento de la primera marcha ya existía como "Rosario de pie".

Imagen 3

3. Dos aportes sobre las nociones de corpus

Si seleccionar, construir y por último delimitar el caso fue una tarea ardua y en muchos pasajes nos sentimos avanzando un poco a ciegas, la definición sobre cómo conformar nuestro corpus de análisis no fue menos incierta.

Roland Barthes (2009) da una definición de corpus que -aún con sus resabios estructuralistas- aporta algunos criterios que

auxilian en el momento de pensar la configuración de ese cuerpo de materiales sobre el cual operar:

> *El corpus es una colección finita de materiales, determinada previamente por el analista, con cierta (inevitable) arbitrariedad, sobre la cual va a trabajar. (...) y una vez definido el corpus habrá que (...) agotar completamente el análisis, pues todo hecho incluido en el corpus, tiene que ser reencontrado en el sistema (p. 107).*

¿Cómo empezar a trabajar a partir de un corpus que se nos antojaba siempre en construcción, dado que a medida que avanzábamos en la exploración del caso, iban surgiendo nuevos discursos, nuevas aristas, nuevos interrogantes que nos obligaban a replantear la delimitación de ese universo que se nos volvía cada vez más heterogéneo? El texto de Barthes vuelve a arrojar un auxilio:

> *Hay que aceptar pues, corpus heterogéneos pero procurando entonces estudiar cuidadosamente la articulación sistemática de las sustancias participantes, es decir, dar a su heterogeneidad misma una interpretación estructural; luego, homogeneidad de la temporalidad; en principio el corpus debe eliminar al máximo los elementos diacrónicos, tiene que coincidir con un estado del sistema, con un 'corte' de la historia (Barthes, 2009: p. 108).*

El recorte temporal de nuestro universo de estudio fue una de las primeras decisiones que tomamos y que nos ayudaron a comenzar a darle a nuestro corpus fronteras un poco más precisas. Mientras que, en tanto esta investigación busca dar cuenta de las articulaciones de regímenes de visibilidad, cada uno con una lógica propia y un tipo de discursividad de características singulares, la articulación sistemática de las sustancias es parte ineludible de nuestro trabajo.

Por otro lado, en su artículo "Dize-me quañ é teu corpus, eu te direiqual é tua problemática", Charaudeau (2011) puntualiza

que el corpus no existe en sí, sino que depende del posicionamiento teórico a partir del cual es considerado. Siguiendo a Charaudeau, creemos que las formas de recolección de los datos, la cantidad de material recolectado, su representatividad en los objetos y las plataformas digitales hacen sinuoso el armado de los corpus de trabajo. En este caso, la magnitud y la complejidad de nuestro objeto nos llevaron a considerar la necesidad de realizar un cruce de saberes desde las ciencias de la computación y las humanidades en cuanto a los soportes que se seleccionan para pensar los objetos de trabajo en las investigaciones. Con estas cuestiones presentes, en el apartado siguiente, daremos cuenta de la construcción del corpus de nuestro trabajo.

4. El corpus de #RosarioSangra[9]

#RosarioSangra-constituido como caso de estudio- demandó pensar nuevas formas de abordaje, en tanto nuestro objeto de investigación presenta, como ya vimos, una configuración compleja y diversa. Para ello, construimos un diseño que busca articular técnicas tradicionales y métodos computacionales. De este modo, nos proponemos integrar un abordaje de corte socio-semiótico con otro cualitativo, de raíz etnográfica y fenomenológica, todo ello acompañado por ciertas técnicas propias del Análisis de Redes Sociales y del *Data Mining* que colaborarán en el hallazgo de datos particularmente significativos en el entramado tejido por la enorme cantidad de información disponible.

En primer lugar, procuraremos estudiar la construcción social de sentido en torno a #RosarioSangra en los discursos que circularon sobre el tema -durante el período 10 de agosto al 13 de noviembre de 2016- tanto a través de la prensa local -en pa-

9. En este apartado recuperamos y ampliamos ideas ya señaladas en RaimondoAnselmino y Reviglio (2017)

pel y en línea- como mediante los eventos, grupos y *fanpages* de Facebook identificados en trabajos anteriores (Reviglio et al., 2017) y vía Twitter. En función de ello, realizamos:

- Relevamiento hemerográfico de los diarios *La Capital*, *El Ciudadanoy la Región* y *Rosario/12*, identificando un total de 59 notas: 35 en *La Capital*, 10 en *Rosario 12* y 14 en *El ciudadano & la región*;

- Recopilación en línea de un conjunto de 158 artículos publicados por los sitios lacapital.com.ar (47), elciudadanoweb.com (31), rosarioplus.com (18), rosario3.com (36) y conclusion.com.ar (26);

Sobre el fragmento de corpus compuesto por las notas publicadas en los periódicos impresos y en línea, actualmente se está realizando un trabajo de análisis. Entre otros aspectos del tratamiento informativo, se están considerando, por un lado, los modos de referirse a las marchas y a la participación ciudadana, los procedimientos discursivos que configuran la marcha en el medio -cuantificación, caracterización a partir de los binomios pacífico-violento y partidario-apartidario, actantización de la ciudad-, la identificación de los motivos del reclamo, las fuentes utilizadas, las operaciones ligadas a la diagramación así como las referencias y menciones al rol de las RSI; y por otro, cuestiones vinculadas con la identificación en los medios de las repercusiones políticas del movimiento.

- Recuperación y sistematización del total de los posteos -1742- publicados en los grupos y *fanpages* de Facebook, a partir de la herramienta digital *Netvizz*.

- Recuperación, limpieza y procesamiento de los *tweets* puestos en circulación entre el 24 de agosto y 13 de noviembre de 2016 que emplearon el hashtag #RosarioSangra. Para conformar el corpus se implementaron dos estrategias de recolec-

ción en base a las características particulares del caso #RosarioSangravinculadas con su extensión en el tiempo.

Por un lado, se recuperó un conjunto de *tweets* en tiempo real a través de un pequeño programa en lenguaje R que se conecta a la plataforma Twitter mediante su Interfaz de Programación de Aplicaciones (API). Por otro lado, se adicionó un nuevo conjunto de *tweets* recolectados con un programa realizado en lenguaje Python que utiliza la búsqueda histórica de Twitter.

Luego de un trabajo de preprocesamiento y limpieza de datos, el corpus para el análisis quedó conformado por 18462 *tweets* que responden al período comprendido entre agosto y noviembre de 2016.

En segundo lugar, a los fines de comprender la dinámica del comportamiento de los actores participantes durante las movilizaciones, el diseño de nuestra investigación comprende un abordaje etnográfico, a partir de la planificación de una serie de acciones:

- Realización de encuestas en línea, autoadministradas, a participantes de la marcha con motivo del aniversario de la primera de ellas.

Las encuestas tuvieron como objetivo acercarnos a la mirada de los actores. El cuestionario estuvo disponible durante el lapso de un mes, desde el 24 de agosto al 24 de septiembre de 2017. Se registraron 213 respuestas positivas, de las cuales solo 63 fueron de asistentes a las marchas. El cuestionariocirculó por medios digitales-se utilizaron las plataformas Facebook, E-mail y Wathsapp-, dado que uno de los aspectos a analizar es cómo los eventos lograron visibilidad a través de las redes de asociación de los rosarinos. También se compartió en los grupos de Facebook que convocaron a las marchas y se invitó a los referentes de las agrupaciones a que invitaran a sus miembros a completar la encuesta.

- Entrevistas en profundidad a dos grupos de actores: aquellos vinculados directamente a la organización de las marchas, a la circulación de la convocatoria y a la construcción del sintagma Rosario Sangra que luego devino en hashtag y periodistas que trabajaron en la cobertura de las marchas y/o sus repercusiones.

El primer grupo de entrevistas tiene como objetivo reconstruir las acciones de los actores y darle voz a las experiencias vividas antes, durante y después de las marchas -motivaciones de participación, experiencia/vivencia, valoración de las manifestaciones- apelando a tres dimensiones: subjetiva (experiencias, sensaciones, vivencias), descriptiva (qué acciones se realizaron para la gestación del movimiento, cómo se tomaron las decisiones, etc.) y política (consideraciones respecto del impacto en las políticas de seguridad producido por las marchas).

Asimismo, los encuentros con periodistas locales que cubrieron especialmente el tema[10] buscarán reconstruir la participación de estos actores en la configuración de la visibilidad mediática del fenómeno. En este marco, indagaremos sobre decisiones editoriales como, por ejemplo, la utilización de diferentes consignas o los criterios tanto de selección de fuentes como de construcción de cintillos o seudosecciones y de asignación de noticias a ese cintillo.

- Observaciones y análisis de imágenes registradas durante las movilizaciones, labor que bien podría inscribirse en lo que Hine (2004) denomina etnografía virtual. Dado que la construcción del caso fue realizada *a posteriori*, no contamos con observaciones participantes de las manifestacio-

10. Procuraremos entrevistar periodistas que hayan firmado notas en los medios pero también identificar a aquellos que abordaron el tema sin firmar sus producciones. Asimismo, se rastrearán trabajadores de prensa que hayan realizado coberturas de las marchas pero también escrito sobre repercusiones políticas de cada una de ellas, así como jefes de sección que permitan indagar sobre criterios editoriales de construcción de noticia. Las entrevistas serán anónimas en todos los casos.

nes. Por tanto, como ya mencionamos, agregaremos a las entrevistas el análisis de imágenes registradas durante las movilizaciones, tanto por los medios de prensa que cubrieron los eventos como aquellas tomadas por los mismos actores participantes y puestas en circulación en las RSI con el objetivo de sumar elementos a la comprensión la dinámica del comportamiento de los actores.

En tercer lugar, el enfoque teórico-metodológico del Análisis de Redes Sociales (ARS) cumplirá una doble función a partir de sus dos niveles de aporte:

a) como complemento del análisis etnográfico -que podemos enmarcar desde la perspectiva de Ramos-Vidal y Ricaurte (2015) como de redes egocéntricas-sociocéntricas- a partir de aquél ofrecido por el análisis de la estructura de las redes virtuales configuradas en Twitter, y;

b) como colaboración en el análisis de patrones, anomalías o agrupamiento propio del proceso automático computacional a partir, no sólo de niveles, indicadores y categorías provistas por la teoría de grafos sino, también, por la conformación de cartografías del fenómeno.

El empleo del ARS supone repensar los enfoques tradicionales en los estudios etnográficos buscando mecanismos que permitan articular las relaciones e interacciones *offline* y *online* y, en definitiva, “rastrear asociaciones” (Latour, 2005, p. 19). En este sentido, por ejemplo, retomaremos la tipología de Coleman (2010), en el marco de la cual podemos analizar las prácticas cotidianas de los actores individuales sin perder de vista que Internet es, también, un actor *per se*, con agencia en la vida social (Ardèvol y Lanzeni, 2014). Algo que nos reenvía a los postulados de Latour (2005) respecto de los agentes humanos y no humanos en su teoría del actor-red.

A modo de ejemplo, a partir de este método, se presentarán los datos vinculados a los *hashtags* y los *influencers*[11] de forma tal que puedan ser visualizados en su globalidad para, desde allí, indagar en las características de sus interacciones. La potencialidad del corpus de tweets y sus atributos nos permitirán acompañar los resultados anteriores con una cartografía general del fenómeno a partir del hashtag #Rosariosangra, visibilizando la topografía de actores -perfiles-, su centralidad y su posicionamiento-temporalidad.

Por último y en articulación con todo lo anterior, desde el ámbito de la minería de datos, proponemos la aplicación de una serie de técnicas generadas en base a los datos y su tratamiento, que pretenden proveer una manera complementaria de abordar el estudio del caso. El empleo de esta técnica ha tenido lugar -y lo sigue teniendo- en diferentes momentos del desarrollo de nuestra investigación como, por ejemplo, la identificación de *influencers*[12] me-

11. Llamamos *influencers* a usuarios con un peso específico diferente del resto, quienes pueden generar tendencias de opinión al interior de sus redes de afinidad. Por ello, esta noción -que en tiempos de RSI ha cobrado una relevancia renovada- está relacionada estrechamente con la de comunidad. Es decir que la influencia está vinculada con el papel que juega un actor en una comunidad alrededor de un concepto, de un territorio de discurso. Reconociendo las dificultades que supone esta categoría, no nos proponemos, a priori, especular sobre el grado de influencia interpersonal de los distintos participantes, sino tan sólo identificar y abordar a actores individuales que, en el conjunto de usuarios que tuitearon sobre #RosarioSangra, se distinguen por sus métricas en torno a un conjunto de variables tales como: cantidad de *tweets*, de *retweets*, de favoritos, de seguidores y de seguidos.

12. En el marco de este trabajo consideraremos *influencers* a aquellos usuarios de RSI que hicieron publicaciones con el *hashtag* #Rosariosangra o bien crearon o publicaron en los grupos de Facebook vinculados a los eventos estudiados y que juegan un papel relevante en una comunidad que gira alrededor de un territorio de discurso, en este caso. Para identificar a este grupo de usuarios, se considerarán ciertos criterios característicos de los *influencers* relacionados con indicadores de actividad en las RSI construidos para este trabajo y con el objetivo de realizar un análisis de influenciabilidad: cantidad de favoritos / seguidores / seguidos / posteos / listas para los usuarios de Twitter y análisis de actividad en los grupos de FB

diante la creación de un método computacional basado en la selección de variables (Chandrashekar y Sahin, 2014) de manera rápida y automática dentro de un conjunto de datos recolectados; el desarrollo de un algoritmo que nos permitió recuperar en tiempo real todos los *tweets* que sobre la temática en cuestión se publicaron durante la segunda marcha -8 de septiembre de 2016-[13]; o el tratamiento de los datos en todas sus etapas (recolección, procesamiento, visualización y análisis), buscando llegar a conclusiones generales más precisas que contemplen la problemática del tratamiento de grandes volúmenes de datos no-estructurados.

Por otra parte, el subgrupo que se especializa en minería de datos, se ha propuesto algunos objetivos que exceden nuestro caso de estudio. En este sentido, se está trabajando en la generación de un software de código abierto para la captura de información generada por las RSI. Si bien el mismo fue concebido en función del caso que aquí nos convoca, el objetivo final del producto es convertirse en facilitador del camino de análisis y extracción de conclusiones en situaciones similares que contemplen tratamiento de datos provenientes de las RSI y que pueda ser utilizado por personas no expertas en minería de datos. Dicho software -que no describiremos aquí en detalle- propone contener, a su vez, un *Módulo de Análisis Viral* que permitirá detectar el momento en que un tema de interés se convierte en viral en base a su comportamiento en el tiempo, utilizando técnicas basadas en ráfaga de palabras o *wordBurst* (Kleinberg, 2002). De esta forma, buscamos una manera automática de encontrar los tema-tendencia (también denominados *trendingtopics*), pero con un enfoque independiente a la RSI analizada, y en base a análisis estadísticos de los datos en el tiempo. Este método también pretende analizar la viralidad

---

para esa RSI.

13. En dicha ocasión, se recolectó un total de 13723 *tweets*, entre las 20 hs del 6 de septiembre y las 0 hs del 10 de septiembre de 2016.

en un conjunto de datos seleccionados arbitrariamente por el investigador.

5. A modo de cierre

Si el problema de esta investigación ha supuesto un arduo trabajo de selección, primero, y de construcción y delimitación, después, del caso #RosarioSangra, la construcción del corpus, como venimos de ver, no se ha presentado menos compleja. Y es que esa complejidad en el diseño es, de alguna manera, la traducción de la complejidad que se observa en la esfera pública actual, en la cual vemos articularse los diferentes regímenes de visibilidades.

En este sentido, el discurso de los medios masivos de comunicación sobre la temática, los testimonios de los actores intervinientes en las manifestaciones, así como el análisis de los textos de los posteos en Facebook y de los *tweets* vinculados al *hashtag* #RosarioSangra, el reconocimiento de actores -individuales o colectivos- identificados como *influencers*, la circulación de estos discursos, y los modos en que todo esto imbricado configura el caso,nos sitúa ante el desafío de analizar la complejidad en tiempo presente. Complejidad que tratamos de captar no sólo desde la constitución de un corpus, que tal como afirma Charaudeau (2011), está condicionado por la perspectiva teórica, sino también y sobre todo, desde el desafío de plantear el problema en términos transdisciplinares, lo cual supone la integración de diferentes modos de construir conocimiento para llegar a un nuevo conocimiento, integral, articulado, superador que pueda dar alguna respuesta a los múltiples interrogantes que a los que hoy nos enfrentan los espacios de constitución de lo público político.

Referencias bibliográficas

Arcila Calderón, C.; Barbosa Caro, E.; Cabezuelo Lorenzo, F. (2016). Técnicas big data: análisis de textos a gran escala para la investigación científica y periodística. *El profesional de la información*, 25, 4, 623-631

Barthes, R. (2009) Elementos de semiología en *La aventura semiológica*. (pp. 23-111). Barcelona: Paidós.

Castro Rojas, S.; Raimondo Anselmino, N. y Brussa, V. (2016) Huellas en Facebook y en Twitter: entre lo complejo y lo visible de los datos empíricos. Ponencia presentada en *I Congreso de Humanidades Digitales*. Buenos Aires, 7 al 9 de noviembre. Inédito.

Chandrashekar, G. y Sahin, F. (2014) A survey on feature selection methods. *Computers&ElectricalEngineering,* 40,1,16–28.

Charaudeau, P. (2011) "Dize-me quañ é teu corpus, eu te direi qual é tua problemática". Revista Diadorim /Revista de Estudos Lingüísticos e Literários do Programa de Pós-Graduação em Letras Vernáculas da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 10. Dézembro.

Hine, C. (2004) *Etnografía virtual.* Barcelona: Editorial UOC.

Jelin, E. (2007). Víctimas, familiares y ciudadano/as: las luchas por la legitimidad de la palabra. *CadernosPagu*, 29, 37-60.

Kleinberg, J. (2002) Bursty and hierarchical structure in streams. *Proceedings of the eighth ACM SIGKDD international conference on Knowledge discovery and data mining*, 91–101

Latour, B. (2005) *Reemsamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red.* Buenos Aires: Manantial.

Ramos Vidal, I., y Ricaurte, P. (2015) Niveles de análisis y estrategias metodológicas en la ciencia de las redes. *Revista Virtualis*, 11,1, 139-164

Raimondo Anselmino, N. y Reviglio, M. C. (2017) Articulación entre regímenes de visibilidad de lo público-político en torno a #Rosario-Sangra. Primeras Reflexiones, ponencia presentada en XII Jornadas

de Sociología. Recorridos de una (in)disciplina. La sociología a sesenta años de la fundación de la carrera. Facultad de Ciencias Sociales. UBA. Buenos Aires, 22 al 25 de agosto.

Schillagi, C. (2009). 'Inseguridad', reclamos al Estado y actuación pública de organizaciones y familiares de víctimas de delitos en la Argentina (2004-2006). En Delamata, G. (Coord.), *Movilizaciones sociales ¿nuevas ciudadanías? Reclamos, derechos, Estado en Argentina, Bolivia, Brasil* (pp. 109-159). Buenos Aires: Biblos.

Verón, E. (1996) De la imagen semiológica a las discursividades. El tiempo de una fotografía. En Veyrat-Masson, I. y Dayan, D. (comps.) *Espacios públicos en imágenes*. Barcelona: Gedisa.

Verón, E. (1987) *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires: Gedisa.

Wolf, M. (2007) *La investigación de la comunicación de masas: críticas y perspectiva*. Buenos Aires: Paidós.

Referencias electrónicas

Ardèvol, E.; Lanzeni, D. (2014) Visualidades y materialidades de lo digital: caminos desde la antropología. *Revista Antropológica*, 32, 33, 11-38. Disponible en http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/anthropologica/article/view/11324/11833 Consultado el 30 de marzo de 2017.

Berry, D. (2011). The computational turn: thinking about the digital humanities. *Culture Machine, 12*. Disponible en http://www.culture-machine.net/index.php/cm/article/viewarticle/440 Consultado el 13 de marzo de 2018

Coleman, G. (2010) Ethnographic approaches to digital media. *AnnualReview of Anthropology*, 39, 1-16. Disponible en http://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.anthro.012809.104945?journalCode=anthro Consultado el 30 de marzo de 2017.

Reviglio, M. C.; RaimondoAnselmino, N. y Gindin, I. (2017) Mediatización, visibilidades y circulación de discursos sobre lo público-político

en torno al caso #RosarioSangra. Notas para la delimitación de un objeto de estudio. En Busso, Mariana; Camuso, Mariángeles. (eds.) *Mediatizaciones en tensión: el atravesamiento de lo público.* (pp. 107-127). Rosario: UNR editora. Disponible en http://www.cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros.

‘CapturAnálisis’ y otros desafíos del big data para las Ciencias Sociales[1]

‘CapturAnálise’ e outros desafíos do big data para as Ciencias Sociais

Marcelo Santos

CIDOC - UFT

msantos@uft.cl

Resumen

El presente trabajo discute problemáticas surgidas del análisis crítico de los procedimientos y de los límites técnicos y conceptuales encontrados durante diferentes investigaciones en el marco del big data que tienen Twitter como objeto de estudio y consecuentemente fuente de datos, desde la perspectiva de las ciencias sociales y en particular de los estudios de movimientos sociales. Se abarcan cuestiones referentes tanto al proceso de recolección y filtraje de datos cuanto al análisis y visualización de los mismos y se presentan algunas propuestas con el ánimo de ilustrar posibles caminos para el campo, con énfasis en la relación intrínseca entre los procesos de captura y análisis de los datos.

1. El presente texto es resultado de una versión inicial de este artículo fue presentado en el III Congreso INCOM, Concepción, Chile, Noviembre de 2016 y de reflexiones y debates adicionales que se dieron en el Coloquio Anual del Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) en Rosario, Argentina, en Agosto de 2017.

Palabras-clave
Twitter; metodología; operacionalización, métodos digitales, big data.

Resumo
Este trabalho discute algumas das problemáticas que surgem a partir de uma análise crítica dos procedimentos e limites técnicos e conceituais encontrados durante diferentes pesquisas nos moldes da pesquisa de tipo big data eque têm o Twitter como objeto de estudo e consequentemente como fonte de dados, da perspectiva das ciências sociais e em particular dos estudos de movimentos sociais. Contemplam-se questões referentes tanto aos processos de coleta e filtragem de dados como de análise e visualização e se apresentam algumas propostas com o intuito de ilustrar caminhos possíveis para o campo, com ênfase para a relação intrínseca entre os processos de captura e análise dos dados.

Palavras-chave
Twitter; methodology; operationalization, digital methods, big data.

Introducción

En el campo de la Comunicación Política, Twitter puede ser considerado un medio con características de esfera públicavirtual, en la acepción *habermasiana*, o de *espacio público ad hoc* (traducción libre de *ad hoc publics*, Bruns y Burgess, 2011),dada su concepción como un medio de comunicación que por defecto permite acceso irrestricto al contenido en que se dan conversaciones -las cuales muchas veces son de carácter político o de amplio interés social- y cuya dinámica como red social es de “seguir” -sin necesidad de reciprocidad- y no de “amistad”

recíproca, demandando anuencia entre ambos usuarios como lo es, por ejemplo, Facebook. La plataforma de microblogging -un poco menos micro, pues duplicó el límite de caracteres a fines de 2017[2]- se caracteriza por su aspecto noticioso y en tiempo real, convirtiéndose en una importante fuente de documentación para la sociedad contemporánea (Risse, Peters, Senellart and Maynard, 2014).

El objetivo de este texto es presentar algunos de los desafíos enfrentados al momento de sumergirse en el universo de datos de un medio de comunicación mutante como lo son los medios sociales -medios por esencia nativamente digitales- y como lo es, en particular, Twitter. Más allá de una revisión sistemática y exhaustiva de la bibliografía, este artículo pasará revista a los desafíos con que se ha ido encontrando el autor a lo largo de sus diversos acercamientos a Twitter en el curso de sus investigaciones, alternando ello con planteamientos teóricos o empíricos -del propio autor o de la bibliografía sobre el tema-y con algunas "gotas" de reflexión epistemológica. El artículo se divide de la siguiente forma: en la primera parte se contextualiza Twitter en el marco de los métodos digitales; luego, se identifican factores críticos en la adquisición/recolección y selección de conjuntos de datos en la plataforma; luego se discuten problemáticas referentes al análisis y visualización de dichos datos y finalmente se hacen algunas consideraciones finales, en que se plantea la imbricada relación entre los procedimientos y opciones metodológicos de coleta y las posibilidades y limitaciones del análisis, estrechamente vinculadas a lo primero.

2. https://blog.twitter.com/official/en_us/topics/product/2017/Giving-you-more-characters-to-express-yourself.html recuperado el 28 de marzo de 2018.

Twitter y los Métodos Digitales

Twitter se ha convertido de “what-i-had-for-lunch medium” a un “event-followingtool” (Rogers, 2014, p. ix), por lo que se ha transformado, en el tiempo transcurrido desde su creación y a partir de su evolución socio-tecnológica, en una plataforma “less sociable and more newsy” (Burgess y Baym, 2016). Es decir, por un lado la sociedad define qué rol tendrá la herramienta en una especie de construcción social y presiona por cambios y ajustes según su uso, pero también los cambios técnicos afectan la manera en que la plataforma es vista y es usada. Un ejemplo importante del segundo caso es el cambio de la pregunta “¿Qué estás haciendo?” por “¿Qué está pasando?” en 2009 (Rogers, 2014).

Desde entonces, el valor de Twitter para las ciencias sociales ha sido contemplado por diversos autores. Risse, Peters, Senellart y Maynard (2014) defienden el valor de la plataforma como una fuente de documentación de la sociedad contemporánea:

As a side effect of its active and pervasive usage, Twitter documents contemporary society in rich detail. Tweets give valuable insights into individuals, groups, and organisations, and enable an understanding of the public perception of events, people, products, or companies, including the flow of information (p. 208).

En la mismalínea, Bruns y Stieglitz (2014) defienden que “large amounts of data might be used to better understand issues or events retrospectively, detect issues or events in an early stage, or even to predict certain real-world developments” (p. 70). Adicionalmente, Bail (2014) argumenta que los datos originados en Twitter debieran ser de alto interés para la sociología de la cultura porque “it is naturally occurring –unlike survey research or cross-sectional qualitative interviews- and therefore critical to understanding the evolution of meaning struc-

tures in situ" (p. 467). El autor se refiere también a la característica de "tiempo real" de la plataforma, lo cual le añade una relevancia especial como informe instantáneo de la realidad. Rogers (2014) plantea que "Twitter increasingly has come to be studied as an emergency communication channel in times of disasters and other major events" (p. xxi). Dichos atributos convierten Twitter, por lo tanto, en un objeto de estudio altamente atractivo para los investigadores de distintos campos.

Las plataformas de contenido digitales permiten una miríada de posibilidades de acercamientos epistemológicos, tanto en cuanto a los métodos como a los datos. Según Rogers (2015) el espectro en estas dos dimensiones varía de la siguiente forma: en cuanto a los métodos, pueden variar desde adaptaciones de los métodos tradicionales (como métodos inferenciales estadísticos, etnografía o entrevistas) hasta otros nativamente digitales (como exploración de tipo big data de datos de Medios Sociales); en cuanto a los datos de las investigaciones en ambientes digitales, ellos pueden ser originalmente digitales (i.e. producidos directamente en repositorios nativamente digitales) o 'digitalizados' (como fotos escaneadas o los libros digitalizados de Google Books). Se puede apreciar la distinción en cuatro cuadrantes en la figura a continuación:

Data	Method: Digitized	Method: Natively digital
Digitized	Culturomics* Cultural analytics*	
Natively Digital	Virtual methods webometrics	Digital methods

*Culturomics and cultural analytics may have digitized qualitative method, but they employ digital methods in part because they use *search as research*.

Figure 3 Situating digital methods among other approaches in the computational turn in the humanities and social sciences, according to their use of natively digital or digitized data and method.

Ilustración 1: Dos dimensiones epistemológicas que definen, para Richard Rogers (2015), qué son los Médodos Digitales: Origen de los datos y origen de los métodos. (Fuente: Rogers, 2015, p. 7)

El autor define los métodos digitales como "techniques for the study of societal change and cultural condition with online data" (Rogers, 2015, p. 1) y explica que son métodos eminentemente *ad-hoc*, lo cual les agrega gran complejidad e inestabilidad: "digital methods are often experimental and situational, because they developed in tandem with the medium conditions, and occasionally are built on top of other devices" (Rogers, 2015, p. 9). A continuación, veremos cómo dichas problemáticas se reflejan en problemas de orden práctico.

Recolección y filtraje de Datos

La muestra de un público-objetivo de una encuesta o el orden y el fraseo de las preguntas en una entrevista son opciones de diseño de investigación que condicionan y eventualmente determinan limitaciones en el análisis de los resultados e incluso en el grado de validez de los datos recolectados a través de los métodos respectivos. De forma análoga, hay opciones que el investigador hace en el diseño del proceso de recolección de datos en Twitter y su posterior filtraje que pueden ser determinantes para la composición del conjunto de datos (o los conjuntos de datos) y para las posibilidades válidas y confiables de interpretación y análisis de resultados.

Opacidad técnica

El primer problema a ser enfrentado es el conocimiento técnico acerca de los límites y las condiciones de los datos disponibles a través de la puerta de entrada que uno tiene a Twitter: su API (*Application Programming Interface*). Sea a través de un software desarrollado por el equipo de investigación o de uno desarrollado por terceros, gratuito o pagado, todos están suje-

tos a las reglas impuestas por Twitter para el uso de esta puerta de entrada a sus datos y el subsecuente uso de los mismos[3]. Además, el hecho que sea una empresa con fines de lucro conlleva a prácticas que no necesariamente están condicionadas por el paradigma de la transparencia o la colaboración, más esperables en la academia, sino más bien del secreto y la restricción del acceso como forma de monetizar la plataforma (Borra y Rieder, 2014, p. 267).

En este contexto se explica por qué los límites de la API pública de Twitter no son claros. La documentación de la API solo dice que "retorna una pequeña muestra aleatoria de todos los estatus públicos"[4]. Estos límites pueden ser insuficientes para proyectos de investigación en ciencias sociales y políticas, como protestas, accidentes, catástrofes naturales, conflictos bélicos, etc., para los cuales una "pequeña muestra aleatoria" de datos difícilmente sea suficiente. Para un proyecto con amplios recursos se puede eludir el problema adquiriendo paquetes de datos de proveedores aliados a Twitter como las plataformas Gnip, Sifter[5] o Crimson Hexagon[6], que se conectan a través de la llamada *Firehose*[7]de Twitter que les permite pleno acceso a los mensajes pasados. Una solución común para hacer el monitoreo de temas hacia futuro es la recolección autónoma de datos con *crawlers* persistentes (que rutinariamente recuperan los datos) disponibles gratuitamente para investigadores, tal comoDMI-TCAT (Borra y Rieder, 2014) desarrollada por el grupo *Digital Methods Initiative* liderado por la Universidad de Amsterdam y usado por el Digital Media Research Centre

3. Política para desarrolladores de Twitter: https://dev.twitter.com/overview/terms/policy consultado en septiembre de 2016.

4.https://dev.twitter.com/streaming/reference/get/statuses/sample consultado en septiembre de 2016.

5. https://sifter.texifter.com/

6. https://www.crimsonhexagon.com

7. Entrada de datos que permite acceso a 100% de los mensajes en Twitter en tiempo real.

(DMRC) de la Queensland University of Technology, liderado por Jean Burgess y Axel Bruns;TAGs[8], desarrollado en base a una planilla de Google Docs con algunos scripts; your Twapper Keeper (yTK); Condor (Gloor y Zhao, 2004), que se limita a extraer metadatos sin los textos (para Análisis de Redes Sociales y elaboración de sociografías); o bien plataformas pagas. Todos siguen subordinados, sin embargo, al límite de 1% de los mensajes totales.

Otro lado de la opacidad son los algoritmos de ordenamiento de mensajes. Si bien Facebook hace muchos años cambió el nombre de su "línea de tiempo" para "noticias" –obviamente, hay implícito un "editor" algorítmico que define qué es lo que más interesa al usuario- Twitter mantuvo por muchos años una ventaja, desde la perspectiva del investigador en ciencias sociales, sobre Facebook: la línea de tiempo efectivamente era una línea de tiempo, no subordinada a un algoritmo como el *Edge Rank* de Facebook que selecciona, de forma deliberadamente invisible al usuario, las informaciones que serán visibles o que tendrán cierto destaque. Como sostiene Bucher aludiendo a la imposibilidad de invisibilidad en el panóptico-foucaultiano, "in Facebook there is not so much a 'threat of visibility' as there is a 'threat of invisibility' that seems to govern the actions of its subjects" (Bucher, 2012, p. 1171). Instagram adoptó un algoritmo a mediados de 2016, dejando de usar también el tiempo como criterio único[9], sumándose al club de la caja negra.

Esta problemática es particularmente importante para el análisis de la visibilidad, de problemáticas de difusión y de comportamiento de usuario ("audiencia"), ya que al no poder

8. Disponible en el sitio del autor Martin Hawksey: http://tags.hawksey.info/ consultado en septiembre de 2016.

9. http://instagram.tumblr.com/post/141107034797/160315-news consultado en 5 de abril de 2018.

descifrar la lógica detrás de la exposición de un contenido se suscitan grandes desafíos al momento de sacar conclusiones.

Múltiples fuentes de datos

La multiplicidad de fuentes de datos, como obstáculo a superar durante la investigación, puede tener dos orígenes: diferentes *plataformas* y/o diferentes *proveedores de datos*.

En el primer caso, autores como Treré (2012) abogan por considerar ecologías de información explorando múltiples tecnologías al enfrentar preguntas de investigación, por ejemplo, en el campo del activismo y los movimientos sociales.

En un sentido similar, Constanza-Chock (2011) propone la idea de *mobilización transmedia:*

> *Transmedia mobilization is a process whereby a social movement narrative is dispersed systematically across multiple media platforms, creating a distributed and participatory social movement 'world,' with multiple entry points for organizing, for the purpose of strengthening movement identity and outcomes (p. 115).*

Los planteamientos de ambos autores conllevan la necesidad de estudiar en conjunto más de una plataforma. Esto requiere gran cuidado metodológico y especialmente operacional, ya que diferentes plataformas significan diferentes ambientes socio-técnicos y socio-semióticos en que los contenidos son producidos, circulan y sufren diferentes tipos de interacciones.

En el segundo caso, está el problema de recolectar datos de diferentes proveedores o fuentes para una misma plataforma. Dicha necesidad puede ser derivada de cambios en la plataforma (API), un proveedor de datos que dejara de existir, falta de recursos de proyecto u otros. El problema es que no hay reglas establecidas para la forma en que se entregan estos da-

tos: cuáles son los campos de metadatos, sus nombres, sus contenidos y así sucesivamente.

Como ejemplo, comparé dos conjuntos de datos con criterios de selección equivalentes, adquiridos de dos proveedores de datos de Twitter: *Sifter* (pagado, conectado al "Firehose" de Twitter para recuperar datos a través de la *API de búsqueda*) y *TAGS* (una planilla de google docs conectado a la *API de streaming* para recolectar los datos en tiempo real). Aquel que tal vez sea el campo más importante de los datos para la mayoría de los investigadores, el ID del tweet, que operaría como la identidad única de la unidad de análisis en gran parte de los casos, tiene diferentes valores para losretuits, según el origen de los datos. En el primer caso (Sifter), se mantiene el ID del tuit original, mientras en el segundo (TAGS), se adscribe un nuevo ID al mensaje. El resultado es que en la primera muestra de datos hay repetición de IDs, mientras que en la segunda, cada línea de la base de datos es única e irrepetible. Como consecuencia, alrededor del 35% de los datos no coinciden entre dos muestras que debieran ser equivalentes, al usar como criterio el ID del tuit. Otra distinción es que TAGS solo captura los tuits que tengan el hashtag en su cuerpo de texto –en caso de este ser el criterio de captura- mientras Sifter colecciona tuits que pueden no contener el hashtag, siempre y cuando sean retuits de tuits –o incluso retuits de retuits de tuits- que sí lo tengan en su cuerpo de texto. Por otro lado, dichas diferencias abren posibilidades: al mantener los IDs de los tuits originales, los datos de Sifter permiten cálculos más precisos y fáciles para aproximaciones de número de retuits de un determinado tuit, pues basta con identificar el ID. Por último, cabe resaltar que Sifter entrega más de 300 campos diferentes de metadatos, mientras TAGS entrega solamente 18 campos, uno de ellos ("Entities_str") siendo un campo multi-función que entrega los hashtags, menciones, URLs y otros datos más, de forma desagregada, obligando a ciertas maniobras técnicas para aislar dichas variables, de ser el caso.

Criterios de búsqueda y filtros

Los criterios de selección, que en el caso de Twitter frecuentemente son una mezcla de palabras o expresiones-clave -*queries*-,a veces añadida a ladelimitación de metadatos que circunscriben el evento de interés como intervalo de fechas o datos de usuarios, presentan complejidades importantes. Por ejemplo, la selección vía *hashtags* (#) como *proxies* para un determinado tema tiene un alto grado de conveniencia pues el hashtag funciona como una especie de agregador que crea *espacios públicos ad hoc* (Bruns y Burgess, 2011). Estopermite que las conversaciones salgan de las redes personales de tipo seguidor-seguido para finalmente componer un conjunto de mensajes en torno a lo que sea que el hashtag defina, o la función que cumpla, que puede ser sencillamente una función de *énfasis*, de *convocatoria* u otras(Daer et al. 2014). Dicho conjunto, según Bruns y Moe (2014) configura un *nivel macro* de conversación en contraste con la conversación subordinada a la lógica seguidor-seguido, que sería el *micro nivel* (Brunsy Moe, 2014)

Además, los muestreos a partir de hashtags pueden representar a veces alrededor de una quinta parte de los tuits totalescon la palabra-clave sola (Brunsy Moe, 2014, p. 25) y el hecho que los usuarios le hayan puesto un "#" implica una preselección que no es irrelevante. Sumado a esto, el problema de la representatividad, ya inherente al uso de Twitter como alegoría de lo que pasa en la sociedad como un todo -Twitter tiene una penetración de menos del 10% de la población en general[10]-, se refleja también en una muestra cuyo factor de

10. Considerando la población mundial, Twitter tiene una penetración proyectada de 7% en 2018 (https://www.emarketer.com/Article/Twitters-User-Base-Grow-by-Double-Digits-This-Year/1014243, consultado en 5 de abril de 2018). De acuerdo a un informe de ComScore de 2011, Brasil tenía una penetración de 23,7% de la población en Twitter lo que corresponde a aproximadamente un 12% de la población total (https://tecnologia.uol.

selección es el hashtag. Sería lo que Rafail (2017) llama *población semi-delimitadarestringida por tema*(p. 4, traducción libre) y que, según el autor, es una forma muy poco precisa para un muestreo que pretende ser generalizable para las conversaciones en torno a un tópico. El autor hace un llamado a la precaución:

> *The distinction between the sample collected and the goal of broad generalization is quintessentially important, as it can result in a mismatch between whom or what is being sampled, and the scope of any generalizations drawn from subsequent data analysis. (Rafail, 2017, p. 3)*

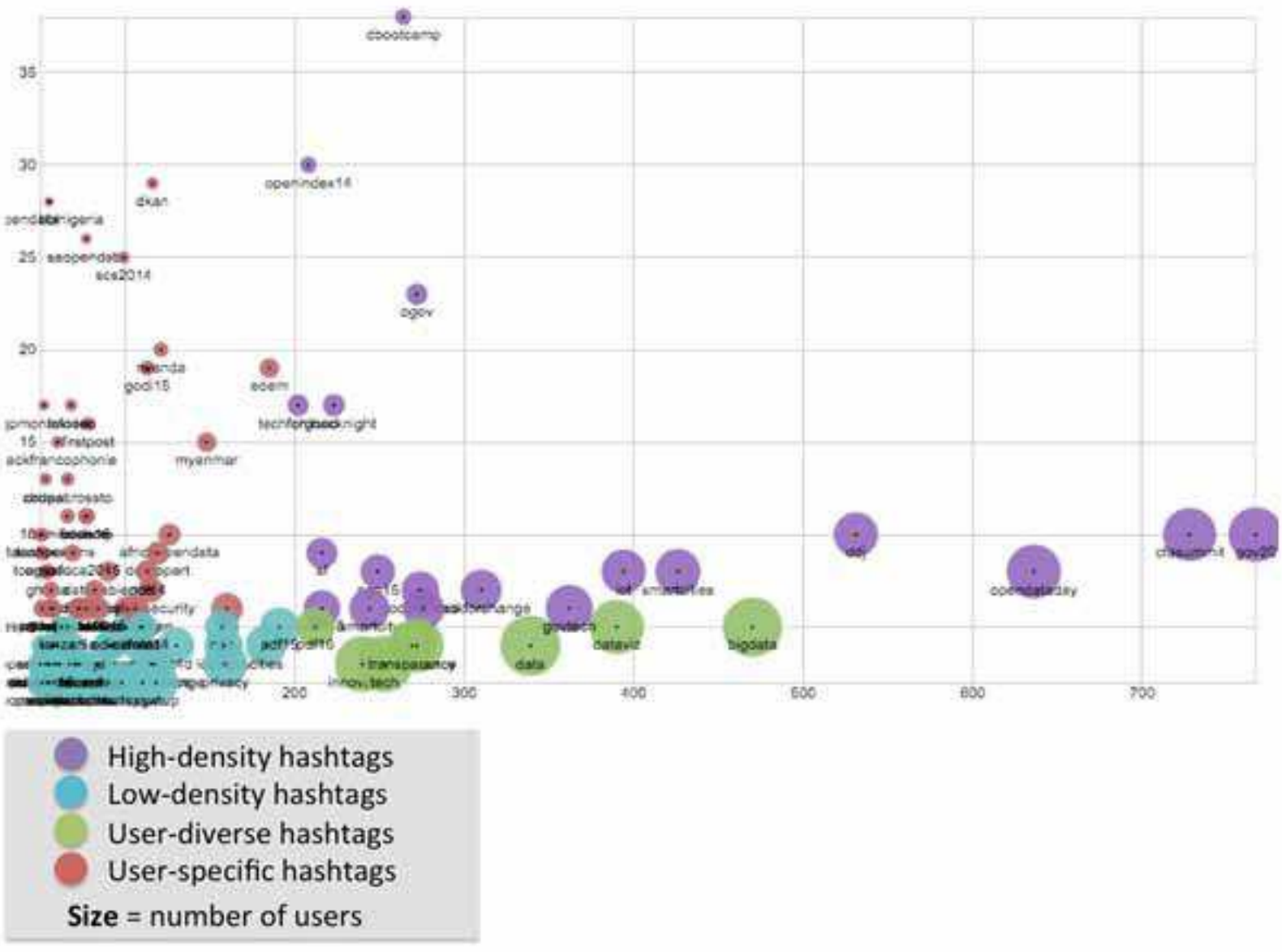
Por otro lado,si los datos son recolectados *porque* usan determinado hashtag, de forma consciente, transparente y reconociendo todas las limitaciones de la generalización de eventuales hallazgos, todas las críticas pueden ser abordadas desde una perspectiva de la estrategia de investigación.

La elección de filtros que permitan el mejor acceso a los datos es un procedimiento común, buscando por ejemplo la legibilidad de estrategias de visualización de sociografías o patrones de comportamiento; o aún con el objetivo de realizar análisis de carácter cualitativo o mixto, llevado a cabo, por ejemplo, a través de la codificación manual de un subconjunto de datos. Sin embargo, hay un riesgo de la aplicación de criterios de selección que no concuerdan necesariamente con las preguntas de investigación, debido a una imperfecta comprensión o tra-

---

com.br/ultimas-noticias/redacao/2011/04/26/brasil-e-o-3-pais-com-maior-penetracao-do-twitter-entre-internautas-diz-pesquisa.jhtmconsultado el 7 de mayo de 2017). Una estimativa más actual del mismo informe de eMarketer apunta una cifra semejante, indicando 27,7 millones de usuarios en Julio de 2016 cuando el país tenía poco más de 200 millones de habitantes, por lo que correspondería a aproximadamente 14% de la población total. Esta cifra corresponde al 29% de los usuarios de redes sociales en el país. En Argentina, entre los usuarios de Redes Sociales digitales, 36,9% tienen cuenta en Twitter, solo más bajo en la región que en México, donde 42% lo tienen (https://canaltech.com.br/redes-sociais/brasil-e-o-pais-que-mais-usa-redes-sociais-na-america-latina-70313/ consultado el 5 de abril de 2018).

ducción del sentido de las métricas detrás de dichos criterios. Criterios reincidentes, por ejemplo, son frecuencia de uso de hashtags o número de seguidores de los usuarios. Al filtrar los mensajes por uno, otro o ambos criterios se obtiene un subconjunto más limitado de datos. Pero lo fundamental es interpretar *qué significa exactamente el subconjunto de datos*. En virtud de diferentes objetivos de investigación, se pueden usar criterios más complejos, por ejemplo combinando metadatos en índices multidimensionales. Por ejemplo, si el objetivo es estudiar los temas que afectan a mayor *diversidad* de usuarios, los hashtags más usados pueden engañar pues pueden ser efecto de un usuario muy activo en una causa o temática –como en los casos estudiados por Bruns y Stiegliz (2012) previamente mencionados (ver Ilustración 3). Por otro lado, si quiero específicamente entender el escenario de actores y las temáticas por las cuales abogan, es justamente lo contrario: debo buscar hashtags que sean usados muchas veces por pocos actores.



La Ilustración 2 es un ejercicio realizado a partir de dicha reflexión en base a un conjunto de datos de tuits de usuarios que contenían la expresión “civictech” (y su variante “civictechnology”) en la descripción del usuario (Wissenbach et al., 2016). Ahí se pueden identificar cuatro cuadrantes que apuntan a diferentes patrones de frecuencia en el conjunto de datos (eje horizontal) versus la frecuencia de publicación del hashtag por usuario (eje vertical).

‘Querying’: los dilemas de las palabras-clave

Las formas más habituales para acercarse a un conjunto de datos parecen ser, en la mayoría de los casos,una o la combinación de las dos estrategias: (i) textos escritos, como hashtags, usuarios, palabras-clave, etc. y (ii) metadatos, como número de seguidores, intervalo de fechas, número de actualizaciones etc. En el primer caso, hay que llevar en cuenta cuestiones como la naturaleza ambigua del lenguaje, tanto desde el punto de vista de los significantes como de los significados: un mismo significante puede aludir a diversos significados, así como el sentido buscado puede estar representado por más de un significante. Esto puede generar por un lado un trabajo complejo de filtro de los datos -por ejemplo, alguien interesado en investigar el movimiento de los “indignados” en España en 2011 que busque los datos que contengan la palabra “indignados” tendrá problemas adicionales a quien busque #OWS (Occupy Wall Street), un término creado *ad hoc*. Las estrategias de recolección y filtraje de datos están ligadas por lo que es importante pensarlas bien, además de monitorear los mensajes referidos al tema o trabajar con muestras tentativas de menor escala para asegurar que se esté recolectando un conjunto de datos significativo para las preguntas de investigación.

Otro problema asociado al idioma tiene relación con las investigaciones de carácter multi-, trans- o internacional, en las que el conjunto de datos atraviesa las fronteras idiomáticas. En un

taller de métodos digitales en la Universidad de Ámsterdam facilitado por Lace Bennett y Alexandra Segerberg (Alsahi, Baya-Laffite, Barbers et al., 2016), un grupo de investigadores,del cual yo fui parte, se propuso a identificar las cuestiones (*issues*) nacionales y transnacionales en un conjunto de datos compuesto por mensajes de las organizaciones de defensa de derechos digitales en Europa. Si bien una visualización inicial de Análisis de Redes Sociales mostró una presencia casi nula de temáticas comunes, al fusionar en los diferentes idiomas las variaciones de "neutralidad de red", el nudo aparecía como un conector de diferentes países, sugiriendo que era una temática de preocupación transnacional.

De forma análoga se puede afirmar que sinónimos y otros hashtags que complementan la temática de la investigación pueden ser agrupados en una suerte de *tesauro* para componer el criterio de filtro inicial de un conjunto de datos. Complementariamente, Richard Rogers (2016) propone el uso de la técnica de "programa y anti-programa" para elaborar las *queries* de consulta, de forma a tener un mapa no solo de una visión, por ejemplo, favorable a un tema, sino también la visión contraria, o más bien favorable a otro camino. El ejemplo del autor es la adopción de términos que indican posicionamiento geopolítico acerca de la muralla que separa Israel y Palestina: *securityfence* (programa para Israel) versus *separationwall* (anti-programa, nuevamente en la visión de Israel; podría ser lo contrario desde la perspectiva palestina).

Si un investigador está interesado en el proceso de juicio político a la presidenta Dilma Roussef en Brasil, por ejemplo, el uso de la palabra-clave *impeachment* genera una serie de problemas por recuperar varios otros usos de la palabra, indiscriminadamente, como un reciente proceso instaurado en Nigeria por el juicio político aun gobernadoren aquel país. Por otro lado, si logro cruzar estos datos con el programa #ForaDilma ("Fuera Dilma") y el anti-programa #ForaTemer ("Fuera

Temer”) tengo una puerta de entrada para ambos ‘bandos’, lo cual me permite una visión más óptima del debate acerca del tema.

En un intento de concluir esta primera parte, se podría decir que las decisiones para la selección y preparación de los datos están intrínsecamente relacionadas con las posibilidades y limitaciones del análisis. Los procedimientos de selección, captura, filtraje, insertados en la preparación de los datos para el análisis, involucran decisiones de carácter interpretativo que deben siempre, dentro de las posibilidades técnicas, seguir las preguntas de investigación y/o sus objetivos.

Análisis y Visualización de Datos

SaaS: Software as a Service

Los medios sociales como Twitter son plataformas alimentadas por el usuario en forma de *Software as a Service* (SaaS), es decir, son software hospedados en la nube que operan a través del navegador, pero son procesados en el servidor remoto. Esto implica una serie de ventajas desde el punto de vista del usuario, entre ellas la actualización permanente del software, lo que se denomina*beta perpetuo.* Sin embargo, esta característica de actualización continua presenta desafíos relevantes para el investigador en medios: si bien Twitter no ha perdido su esencia como plataforma de microblogging, cualquier cambio sutil puede representar una complicación por ejemplo para un estudio longitudinal o para recuperar una información; o inclusive para conferir contexto y significado a una información que en algún momento habría sido publicada respondiendo a la pregunta original de Twitter: “¿qué estás haciendo?”, con un carácter más social y a la vez egocéntrico, ya que desde 2009 la pregunta pone foco en el mundo alrededor: “¿qué está pasando?” (Rogers, 2014, p. xii). Otro ejemplo es que antes de 2012, la API de streaming de Twitter no con-

sideraba los retuits como un mensaje (Bruns y Stieglitz, 2013), por lo que no los capturaba, cambiando la muestra significativamente si el foco de la investigación era la propagación de información, por ejemplo. Hoy por hoy este escenario es muy diferente, ya que, dependiendo de la fuente, el investigador puede verse abrumado por la cantidad de metadatos -Sifter, por ejemplo, me ha entregado un set de datos con 304 campos, tal como ya he mencionado-, pero con grandes posibilidades, por ejemplo pudiendo distinguir *retweets* (el usuario solo retransmite el mensaje a sus seguidores sin agregar nada) de los *quoted tweets* (el usuario añade un comentario).

Otro desafío de trabajar con datos "vivos" es que son efímeros, quedando a merced del usuario que los publicó, que puede 'despublicar' en cualquier momento. En una investigación sobre protesta política en Twitter, con datos en torno a un hashtag, en menos de un año, 17% de los tuits que contenían alguna URL estaba inaccesible para visualización en línea –restando solamente los metadatos guardados en la base. Esto implica que habrán sido borrados, protegidos o que sus usuarios habrán eliminado sus cuentas o habrán sido eliminados por la misma plataforma por no seguir los términos de uso u otras causas.

Finalmente, cabe destacar tres cambios más profundos: (i) la creciente multimedialización de Twitter al incorporar geolocalización, fotos, videos y hasta transmisión audiovisual en tiempo real; (ii) la implementación de un algoritmo que hace que la línea de tiempo ya no merezca este nombre puesto que es un resultado de los mensajes en los que en Twitter interpreta, a partir de dicho algoritmo, aquello que más le interesará al usuario –vis a vis lo que ha hecho Facebook muchos años antes; y (iii) la expansión del límite de caracteres de 140 para 280, implementada en el segundo semestre de 2017. Estos tres cambios tienen profundos impactos en el significado social de la plataforma, en las prácticas comunicativas que permite o

fomenta, en los usos y motivaciones detrás de lo que hacen los usuarios. Esto significa que el diseño de las investigaciones debe estar subordinado a dichas nuevas lógicas o incluso tratar de identificar cuáles son los cambios provocados por ellas.

Métricas

Hay prácticas comunes de selección y análisis a partir de determinados rangos de metadatos como si ellos fuesen sinónimo del concepto, una operacionalización unívoca *concepto-variable*, que se espera que sea un *proxy*. Ejemplo de esto son los usuarios que se destacan por número de seguidores; mensajes con mayor número de retuits; hashtags más usadas en un conjunto de datos y así sucesivamente. Sin embargo, es fundamental la reflexión sobre cómo una determinada métrica, un determinado metadato (o rango de metadatos) apoya o no las preguntas de investigación.

Deen Freelon (2014), tras una revisión de las formas y significados de tres métricas características de Twitter aplicadas en investigaciones en los campos comunicación y computación social, concluye que “while researchers in bothfields have interpreted each trace [métrica] in a variety of ways, they have largel y eclined to explain the validity of their interpretations” (p. 59, traducción libre).

Bruns y Stieglitz (2013) tratan de aportar a este problema sugiriendo una serie de patrones de uso para las métricas de Twitter, en particular en torno al uso del hashtag. Un ejemplo es lo que los autores llaman la “prominencia relativa de los principales grupos de usuarios” (Bruns&Stieglitz, 2012, traducción libre), en que se dividen los usuarios en tres grupos: el 1% que más contribuyó para el set de datos, los 9% siguientes y luego los otros 90% (regla 1/9/90). El resultado es que las ‘colas largas’ más activas (es decir en que los 90% son responsables por más contenido en relación a otros conjuntos de datos) suceden cuando hay eventos mediáticos con hora marcada

que duran poco tiempo, como el matrimonio real en Inglaterra (#royalwedding) o la cazada a Joseph Kony,disparada en 2012 gracias a la campaña mediática *#stopkony*. Los eventos con larga duración, o más bien los hashtags que los agregan los mensajes relacionados a dichos eventos, terminan siendo más fuertemente dominados, como se ve en la parte inferior de la Ilustración 3:

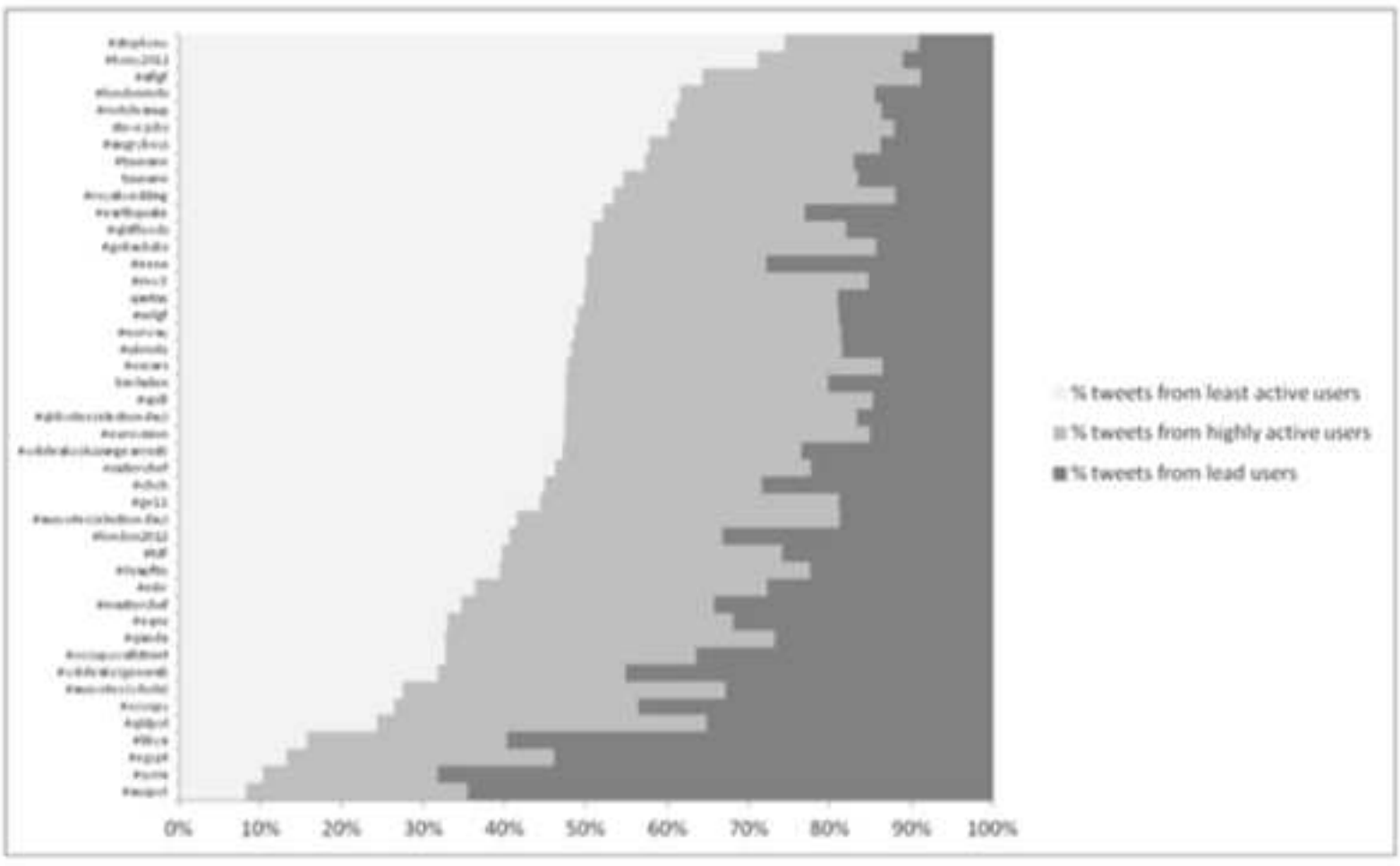


Ilustración 3: Contribución relativa de los tres grupos de usuarios: usuarios menos activos (los 90% que menos tuitean, en gris claro), los usuarios altamente activos (9% que sigue, en gris mediano) y los líderes (1% que más tuitea, en gris oscuro). (Fuente: Bruns&Stieglitz, 2012, Fig 1, p. 10).

Al enfrentarse con métricas que parecen presentar significados sencillos de ser interpretados, investigadores pueden "dar por sentado" la validez y el significado de la métrica. Tomemos como ejemplo la *cantidad de seguidores en Twitter* como proxy de poder de difusión: si bien el proxy funciona en muchos casos, pues tener muchos seguidores debiera tener el efecto de ser más retuitado y por lo tanto difundir más la información, se ha demostrado que un gran número de seguidores no es la

única forma de que un actor tenga relevancia en la topología de una red en Twitter. En el contexto del activismo y los movimientos sociales, hay actores clave como los "activistas seriales" (Bastos y Mercea, 2015, traducción libre) que son difusores relevantes en el ámbito de las protestas sociales. Santos y Condeza (2016) señalan que en determinados casos usuarios de Twitter con relativamente pocos seguidores pueden ser fundamentales para la difusión de información en protestas, particularmente aquellos que actúan como puentes territoriales (*bridges*, en el lenguaje de Análisis de Redes Sociales), conectando usuarios que no comparten las redes de aquellos que comparten ubicación geográfica con los contenidos difundidos por aquella red.

Otra métrica común es la cantidad absoluta de retuits entendida como la expresión del éxito comunicativo de un mensaje. Suh y colegas (2010) concluyeron que a mayor cantidad de seguidores del autor (factor contextual), más retuits tiene un mensaje en general, en una relación lineal creciente. Brunsy Stieglitz (2014) afirman que el uso de hashtags aumenta la posibilidad de retuits (p 75). Pero, por otro lado, factores relacionados al contenido del mensaje también tienen influencia según Naveed y colegas (2011), tal como malas noticias o temáticas de interés público, por lo que una métrica multidimensional probablemente sería más precisa. Santos (2017) propone una métrica de "alcance de dos pasos" que implica que, para medir la difusión de un tweet, no basta con considerar solo la red de usuarios que sigue al autor del mensaje, cuyos integrantes fueron potencialmente expuestos al mismo, sino también la red de seguidores de aquellos que retuitaron el mensaje original, agregándole un segundo nivel de redes, las de los "retweeters".

Finalmente, ninguna métrica tiene valor por sí misma ni es necesariamente mejor que otra en su concepción. Deben, eso sí,

responder a los problemas planteados por la investigación y deberían, por lo tanto, ser contextualizadas de esta forma.

Visualización

Softwares como Gephi (Bastian, Heymann y Jacomy, 2009) y Tableau[11] facilitan mucho el trabajo de visualización de, respectivamente, redes sociales y gráficos comparativos a partir de los datos recolectados en una plataforma como Twitter. La plataforma DMI-TCAT, por ejemplo, presenta posibilidades de extracción de datos directamenteen formato Gephi (extensión .gefx, ya adaptado para el formato de nudos y aristas del software). También, el *MédiaLab* del francés *SciencesPo* ofrece una herramienta[12] para convertir automáticamente una tabla normal de Excel en un archivo Gephi al seleccionar una columna para nudos y otra para aristas, algo muy útil dado que los datos extraídos de Twitter en general vienen en el formato de categorías en columnas y las líneas son los tuits.

En el marco de la escuela de verano de métodos digitales de la Digital Methods Initiative, un grupo de trabajo en que estuve presente analizó datos en torno a los derechos digitales en Europa (Alsahi, H., Baya-Laffite, N., Berbers et al., 2016). El set de datos de Twitter incluía tweets y menciones a alguna de las agrupaciones del European Digital RightsInitiative (EDRi) entendido como un buen puerto de entrada al tema, resultado en alrededor de 104 mil tweets y respectivos metadatos, que van desde el 1 de julio de 2010 hasta el 1 de julio de 2016. Se usó DMI-TCAT (Borra y Rieder 2014), herramienta de Digital MethodsInitiative, para el análisis inicial a través de *queries* a la base de datos y Gephi para la visualización de las relaciones en

11. Gephi es distribuido gratuitamente y Tableau esun software comercial, pero ofrece licencia libre para estudiantes, académicos y para su enseñanza en el ámbito académico (por ejemplo, para instalar en un laboratorio de computación).

12. Table 2 Net: http://tools.medialab.sciences-po.fr/table2net/ consultado en septiembre de 2016.

red. La propuesta era entender cómo se daban las relaciones entre actores y temáticas -en que se utilizaron los hashtags como proxies- y si había temáticas internacionales, unificando diferentes países en torno a ellas. Diferentes enfoques a las visualizaciones, sin embargo, resultaron en diferentes hallazgos, contradictorios entre sí. Al acercarse a los temas a través de una selección de los actores con mayor número de seguidores, se observó muy poca interacción o puentes temáticos inter-países. Por otro lado, analizando la co-ocurrencia de temáticas (a partir del uso combinado de dos o más hashtags en un mensaje) de los principales hashtags usados en el mismo set de datos, se encuentran tanto temáticas de carácter internacional como *privacidad* como más fuertemente nacionales. Dos puntos de entrada al análisis visual vía sociografos determinan, condicionan, cambian los hallazgos. Una hipótesis para explicar la divergencia de resultados es que el comportamiento en red de las temáticas puestas en pauta por los actores más 'influyentes' (métrica relacionada al número de veces que el actor fue mencionado conforme explicado anteriormente) no necesariamente corresponde al comportamiento de las temáticas más populares (criterio de selección por hashtags populares y no por menciones de actores), un dilema interesante de la perspectiva del *Agenda Setting*. De una u otra forma, en un mismo set de datos, se podría haber sacado conclusiones muy distintas según el enfoque a los datos. En este caso, al parecer lo más interesante es el enfoque múltiple para justamente poder cruzar los hallazgos con mayor profundidad y/o certeza interpretativa.

En el campo de las visualizaciones gráficas de contenidos cuantitativos, Tableau ofrece una interfaz gráfica bastante amigable para la visualización de grandes cantidades de informaciones y procesos de filtraje y visualización, visualización comparada entre otros. Interfaz *drag and drop*, integración con .csv, .tsv y Excel (además de innúmeras otras bases de datos) y posibilidad de publicación de gráficas interactivas en línea son algu-

nos de los atractivos de esta plataforma. Considerando como unidad mínima como el ID único de cada mensaje, se pueden hacer análisis temporales, descriptivos, comparativos y así sucesivamente. Inclusive se pueden preparar los datos para luego importar para Gephi[13].

Otra opción, desarrollada por el grupo *Densitydesign* del departamento de diseño del Politécnico de Milano, es la suite de visualizaciones gratuita en línea llamada *RAW*[14] que dispone gráficos multidimensionales en base a planillas Excel y permite con gran facilidad visualizaciones de alta sofisticación.

La gran oferta de software de fácil acceso -no solo por precio, también por facilidad de aprendizaje y uso- tiene como efecto inmediato la popularización de su uso. Si bien este escenario permite el auto-aprendizaje y facilita el acceso al software, por otro fomenta que se logren visualizaciones impresionantes desde el punto de vista estético, sin necesariamente el nivel teórico y metodológico que debieran acompañarlas. Operaciones matemáticas (como la fusión de nudos que comparten una propiedad en Gephi) tienen repercusiones conceptuales (¿qué significa un grupo de nudos en Análisis de Redes Sociales?), no siempre consideradas con la profundidad merecida.

Consideraciones finales

Cuando se apunta, en las ciencias sociales, a objetos de estudio tradicionales como personas, grupos o comportamientos sociales, usando métodos que ya están establecidos hace décadas o siglos, como las entrevistas, las encuestas o modelos

13. Jean Burgess y Axel Bruns desarrollaron un curso masivo gratuito en formato *MOOC*sobre Social Media Analytics y visualización de datos. Entre otras funcionalidades y posibilidades, el curso enseña a hacer el tránsito desde Tableau hacia Gephi (QUT,

14. RAW: The missing link between spreadsheets and vector graphics: http://raw.densitydesign.org/consultadoenseptiembre de 2016.

predictivos estadísticos para hacer inferencias y establecer relaciones entre variables que componen dicho objeto, la naturalidad con que se toman, tanto objeto como método, no es un reflejo de sus imperfecciones, sino más bien la naturalización de sus errores, incorporados en la rutina investigativa. Todo método implica opciones deliberadas por operacionalizar una variable, lo cual no solo conlleva a las limitaciones del lenguaje, como también revela, muchas veces, preconcepciones, prejuicios o sesgos interpretativos del investigador. Todo esto es ampliamente discutido, pero suelen figurar como cuestiones marginales, no centrales en las investigaciones, que se discuten brevemente como opciones metodológicas y/o como limitaciones de los resultados.

Sin embargo, tengo la impresión de que la investigación de big data de medios sociales en las ciencias sociales todavía está muy protagonizada por los métodos y limitaciones, como si el investigador estuviera disculpándose por las imprecisiones de las limitaciones propias de su objeto de estudio, de su método, o de ambos –me incluyo en dicha crítica. Me parece que ya es hora de empezar a aceptar dichas limitaciones con la magnitud que ameritan, pero no más que ello, para seguir adelante sin frenarse por las imprecisiones propias de las opciones metodológicas. No es la intención invitar a las y los colegas a dejar de lado la rigurosidad de los procedimientos académicos, los aspectos éticos o la sistematización de una investigación de esta naturaleza, sino más bien hacer un llamado a lo que parece lo principal en este campo: la transparencia.

La transparencia es un elemento fundamental de la investigación, esto no es novedoso, pero el uso extensivo de apéndices detallando los métodos utilizados, la documentación de los procesos de investigación en ambientes digitales como el esfuerzo de Hargittai y Sandvig (2015) son pasos importantes para hacer madurar este ámbito particular de las ciencias sociales. Por otro lado, eventos enfocados en dichos temas, tales

como el coloquio que resultó en este e-libro (Coloquio Anual del CIM), seminarios, escuelas de verano (como la de Digital MethodsInitiative en Amsterdam o la del Digital Research Media Centre en Brisbane), etc., son espacios de altísimo valor para compartir los avances y experiencias para sacar adelante los proyectos propios.

Otro punto central que inevitablemente resulta de la presente reflexión es la relación intrínseca entre las estrategias de captura y análisis de datos –de ahí el título *capturAnálisis* como un proceso inseparable. Tal como la interpretación de una encuesta depende de cómo las variables son operacionalizadas en forma de preguntas y del muestreo, tal como las entrevistas en profundidad son muy dependientes del investigador, sus perspectivas, su rol social, su reacción a las respuestas, los datos en una investigación de tipo de medios sociales en las ciencias sociales son resultado de la operacionalización de preguntas de investigación traducidas en forma de *queries*, palabras-clave, períodos de tiempo u otras fracciones del contenido o metadatos. Las limitaciones, sesgos y alcance de dichas operacionalizaciones deben estar considerados para no perder el norte en el mar de datos.

Fundamentalmente, al fin y al cabo, las nuevas tecnologías y nuevos métodos no traen mayor novedad: una buena investigación sigue a merced de sus objetivos, sigue teniendo alcance limitado. El oeste lejano de la investigación de big data en medios sociales en las ciencias sociales se va a ir civilizando de a poco, grano de arena tras grano de arena. Bit tras bit.

Referenciasbibliográficas

Bail, C. A. (2014). The cultural environment: Measuring culture with big data. *Theory and Society*, 43(3-4), 465-482.

Bastian, M., Heymann, S., &Jacomy, M. (2009).Gephi: an open source software for exploring and manipulating networks. *Icwsm*, 8, 361-362.

Bastos, M. T., &Mercea, D. (2015). Serial activists: Political Twitter beyond influentials and the twittertariat. *New Media & Society*, 1-20, 1461444815584764.

Borra, E., &Rieder, B. (2014). Programmed method: developing a toolset for capturing and analyzing tweets. *Aslib Journal of Information Management*, 66(3), 262-278.

Bruns, A. & Burgess, J. E. (2011).The use of Twitter hashtags in the formation of ad hoc publics. In 6th *European Consortium for Political Research General Conference*, 25-27 de Agosto de 2011, University of Iceland, Reykjavik.

Bruns, A., & Stieglitz, S. (2013). Towards more systematic Twitter analysis: Metrics for tweeting activities. *International Journal of Social Research Methodology*, 16(2), 91-108.

Bruns, A. & Moe, H. (2014) Structural Layers of Communication on Twitter.In Weller, K., Bruns, A., Burgess, J., Mahrt, M., &Puschmann, C. (Eds.).*Twitter and Society*. Cap. 2 (Pp. 15-28) New York: Peter Lang.

Bruns, A. y Stieglitz, S. (2014). Metrics for Understanding Communication on Twitter.En Weller, K., Bruns, A., Burgess, J., Mahrt, M., Puschmann, C. (Eds.).*Twitter and Society*. Cap. 6 (Pp. 69-82) New York: Peter Lang.

Bucher, T. (2012). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook.*New media & society*, 14(7), 1164-1180.

Daer, A., Hoffman, R., Goodman, S. (2014). Rhetorical Functions of Hashtag Forms Across Social Media Applications. Poster y Resumo para SIGDOC 2014.

Freelon, D. (2014). On the interpretation of digital trace data in communication and social computing research. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 58(1), 59-75.

Gloor, P. Zhao, Y. (6 de noviembre de 2004). TeCFlow - A Temporal Communication Flow Visualizer for Social Networks Analysis, ACM CSCW Workshop on Social Networks.*ACM CSCW Conference*, Chicago.

Hargittai, E., &Sandvig, C. (Eds.). (2015). *Digital research confidential: The secrets of studying behavior online*. MIT Press.Naveed, N., Gottron, T., Kunegis, J., &Alhadi, A. C. (Junio de 2011). Bad news travel fast: A content-based analysis of interestingness on twitter. In *Proceedings of the 3rd International Web Science Conference* (p. 8).ACM.

Rafail, P. (2017). Nonprobability Sampling and Twitter: Strategies for Semibounded and Bounded Populations. *Social Science Computer Review*, 0894439317709431.

Risse, T., Peters, W., Senellart, P., & Maynard, D. (2014) Documenting Contemporary Society by Preserving Relevant Information from Twitter. In In Weller, K., Bruns, A., Burgess, J., Mahrt, M., Puschmann, C. (Eds.).*Twitter and Society*. Cap. 16 (Pp.207-220) New York: Peter Lang.

Rogers, R. (2014) Debanalizing Twitter: The Transformation of an Object of Study. En Weller, K., Bruns, A., Burgess, J., Mahrt, M., Puschmann, C. (Eds.).*Twitter and Society*, Foreword (Pp.ix-xxvi). New York: Peter Lang.

Rogers, R. (2016) Foundations of Digital Methods: Query Design. En *Social Research in the Age of Data - The Datafied Society.*Shäfer, M. T, van Es, K. (eds.). Holanda: University of Amsterdam Press.

Santos, M.L.B. y Condeza, R. (2016). Redes Horizontales de Movilización: valorando la eficiencia del activismo personal en Twitter. Artículo aceptado para XIII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación (ALAIC). México, octubre de 2016.

Santos, M. L. B. (15 de diciembre de 2017) Tweets Testimoniales: Huellas digitales de protesta callejera tras el impeachment de Dilma Rousseff. Seminario Internacional Interdisciplinario *Nuevos Canales de Participación en América Latina: ¿hacia una nueva forma de entender la democracia?*, PUC-Chile, Santiago, Chile.

Suh, B., Hong, L., Pirolli, P., & Chi, E. H. (2010, August). In *Social computing* (socialcom), *IEEE second international conference on* (pp. 177-184). IEEE.

Treré, E. (2012). Social movements as information ecologies: Exploring the coevolution of multiple Internet technologies for activism. *International Journal of Communication*, 6, 19.

Tufekci, Z. (2014). Big questions for social media big data: Representativeness, validity and other methodological pitfalls. *Proceedings of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media.*

Weller, K., Bruns, A., Burgess, J., Mahrt, M., &Puschmann, C. (Eds.). (2008) *Twitter and Society. New York: Peter Lang*.

Referencias electrónicas

Alsahi, H., Baya-Laffite, N., Berbers, N., Borle, P., Breek, P., Brilli, A., del Campo, A. M., Dopona, V., Duane, L., Gray, J., Negón Almodóvar, C. N., Invernizzi, M., Pauli, N., Pini, A., Poletti, C., Santos, M., Şener, G., Wilson, C., Woudwijk, I., Yang, Y. (2016) *ExploringEuropean Data RightActivism Networks.* Taller del Digital MethodsInitiativeSummer 2016. Lance Bennett y Alexandra Segerberg (facilitadores). Disponible en https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/ExploringEDRiActivism-Networks consultado en septiembre de 2016.

Burgess, J. &Baym, N. (2016) @RT#: Towards a Platform Biography of Twitter. In Burgess, J., Baym, N., Bucher, T., Helmond, A., John, N., Nissenbaum, A., Cunningham, S., & Craig, D. (2016, October 5-8). Platform studies: the rules of engagement. Panel presented at AoIR 2016: *The 17th Annual Conference of the Association of Internet Researchers*. Berlin, Germany: AoIR. Retrieved from http://spir.aoir.org in April 2017.

Rogers, R. (2015). Digital methods for web research.En*Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences*.John Wiley and Sons. http://dx.doi.org/10.1002/9781118900772.etrds0076

Wissenbach, K.; Briones, A., Laursen, C.; Martin del Campo, A.; Pauli, N.; Santos, M.; Storup, M.; Woudwijk, I. (2016) Exploring the Fabrics

of Civic Tech on Digital Media. Taller en Digital MethodsInitiativeSummerSchool 2016, Universidad de Amsterdam. Disponible en https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/SummerSchool2016MappingCivicTechLandscape, consultado en septiembre de 2016.

Parte 2

Aportes de Eliseo Verón para una semiótica de tercera generación. Hacia una semiótica de los ¿nuevos? medios

Contribuições de Eliseo Verón para uma semiótica de terceira geração. Rumo a uma semiótica da ¿nova? mídia

María Elena Bitonte

UBA - UNM

"Sería un error pensar que el problema de la articulación entre los tres órdenes del sentido solo es pertinente en el nivel de los intercambios interpersonales entre actores sociales. Estos tres órdenes son aquellos a través de los cuales se despliega la semiosis entera. Se podría decir que el surgimiento de la cultura y la constitución del lazo social se define por la transferencia de estos tres órdenes sobre soportes materiales autónomos, en relación con el cuerpo significante: desde el arte rupestre de la prehistoria hasta los medios electrónicos masivos, la cultura implica un proceso por el cual materias significantes distintas del cuerpo son investidas por los tres órdenes del sentido" (Verón, 1993 [1988]: 148).

Resumen

Los discursos mediatizados por Internet ponen frente al destinatario diversos tipos y géneros discursivos cuyas propiedades están aún por especificarse. Con la expansión de la Red todos ellos son "consumidos" indistintamente en un mismo soporte que los evapora tanto en su materialidad como en el tiempo y exponen a sus usuarios a operatorias ancestrales pero que deben ser recontextualizadas de continuo. Es evidente que *la revolución del acceso* ha modificado drásticamente los criterios habituales para producir, clasificar, interpretar e interactuar con los discursos sociales. Es por esta razón que se necesitan no solo modelos de lectura e interpretación sino también modelos para su descripción y análisis. Paralelamente, también resulta claro que carecemos de una tradición teórica sobre estos nuevos objetos, equiparable a la que alimentó a la semiótica de primera y segunda generación. Con todo, existe una tradición teórica vigente y potente que constituye un legado sustancial para un encuadre semiótico de la cuestión, que nos puede ayudar a individualizar algunos ejes de discusión. En este sentido, la Sociosemiótica de Eliseo Verón (actualizada en 2013), articulada con la semiótica de Charles Peirce y la Teoría de las Operaciones Enunciativas de Antoine Culioli –tres vértices de un programa teórico formidable- pueden señalar algunos nudos problemáticos sustanciales en el curso de una semiótica de los medios, desde las primeras herramientas de piedra a las digitales.

Palabras clave

lenguaje de los nuevos medios, transformaciones, modelos, nociones, descripción y análisis.

Resumo

Os discursos mediados pela Internet colocam em frente

do destinatário vários tipos e gêneros discursivos cujas propriedades ainda não foram especificadas. Com a expansão da Rede, eles são todos "consumidos" indiscriminadamente no mesmo suporte que os evapora tanto em sua materialidade quanto no tempo e expõe seus usuários a operações ancestrais, mas que devem ser recontextualizados. É evidente que a revolução do acesso modificou drasticamente os critérios habituais para produzir, classificar, interpretar e interagir com os discursos sociais. É por esta razão que, não só modelos de leitura e interpretação são necessários, mas também modelos para sua descrição e análise.Paralelamente, também é claro que não temos uma tradição teórica sobre esses novos objetos, comparável ao que alimentou a semiótica de primeira e segunda geração.No entanto, existe uma tradição teórica atual e poderosa que constitui um legado substancial para um quadro semiótico da questão, o que pode nos ajudar a identificar alguns eixos de discussão. Nesse sentido, a Sociosemiótica de Eliseo Verón (atualizada em 2013), articulada com a semiótica de Charles Peirce e a Teoria das Operações Enunciativas de Antoine Culioli - três vértices de um formidável programa teórico - pode apontar alguns nós problemáticos substanciais no curso de uma semiótica da mídia, desde as primeiras ferramentas de pedra até as digitais.

Palavras chave

inguagem de novas mídias, transformações, modelos, noções, descrição e análise.

Introducción

Es evidente que la revolución del acceso ha modificado drásticamente los criterios habituales para producir, clasificar, interpretar e interactuar con los distintos discursos sociales. Es por esta razón que se necesitan no solo modelos de lectura e interpretación sino también modelos para su descripción y análisis.Paralelamente, también resulta claro que carecemos de una tradición teórica sobre los nuevos objetos, equiparable a la que alimentó a la semiótica de primera y segunda generación. Esto no significa que no exista reflexión sobre estas materias. El problema es que la profusión y disparidad de la bibliografía actual sobre la cuestión no contribuye a acotar el estado del arte, ni a debatir abordajes y discriminar nociones claves de un metalenguaje a construir. Con todo, existe una tradición teórica vigente y potente que constituye un legado sustancial para un encuadre semiótico de la cuestión y que nos puede ayudar a focalizar ejes de discusión teórica. En tal sentido, la Teoría de los Discursos Sociales de Eliseo Verón (actualizada en 2013), articulada con la semiótica de Charles Peirce y la Teoría de las Operaciones Enunciativas de AntoineCulioli –dos condiciones de producción ineludibles en su programa teórico- aporta ejes rectores para el análisis. A la luz de estas aproximaciones,coherentes con una teoría de la complejidad[1], voy a presentar algunos nudos problemáticos que considero sustanciales para pensar una semiótica de los llamados nuevos medios (aunque ya no lo son tanto).

Los medios de comunicación han sufrido una larga serie de transformaciones a través de la historia de la humanidad, culminando en la época actual en una revolución sin precedentes del acceso y la mediatización de la información y del conocimiento. Tal como se aprecia en el epígrafe que encabeza este

1. Sin desconocer el lugar que ocupan en *La semiosis social 2,* las aproximaciones de Luhmann (1995 [1984]), *Social systems;*Leroi-Gourhan (1964), *Le geste et la parole I* y Lévi-Strauss (1949), *Les structures élémentaires de la parenté.*

artículo -que contiene en germen lo que luego será el eje vertebral de *La semiosis social 2* (Verón: 2013) -esta preocupación ya estaba latente en *La semiosis social* (Verón: 1988) y hoy nos plantea el siguiente desafío:

> *La magnitud y la velocidad del proceso en curso genera la impresión de que nunca antes el surgimiento de un dispositivo técnico de comunicación había provocado en tan poco tiempo movimientos que atraviesan a la vez los campos económico, tecnológico, político, social y cultural de nuestros viejos estados-naciones, resonando simultáneamente a nivel global (...) La complejidad de la situación y la falta de distancia histórica no incitan, precisamente, a proponer una interpretación más, pero el lector concordará en que, en el contexto del presente libro, el desafío es inevitable (Verón: 2013: 277).*

Evidentemente, Eliseo Verón no alcanzó a hacer una descripción exhaustiva de los nuevos medios, equiparable a la que realizó sobre los medios históricos. Sin embargo, en sus últimas producciones sentó los ejes rectores para orientar la discusión en este nuevo campo. En este sentido, su último libro plantea tres cuestiones cruciales, en relación con la Red, y de sentido *profundamente político*, a saber: 1) La relación nueva entre los actores individuales con el saber y la información; 2) La pregunta sobre el vínculo social en las tres dimensiones de la semiosis: afectiva, factual y normativa y 3) La cuestión de la identidad del actor (Verón, 2013:281). Estos tres postulados recuperan preocupaciones fundamentales de la Teoría de los Discursos Sociales y aportanclaves para describir los cambios radicales que viene produciendo el metamedio Internet. Dicho esto, y atendiendo a la necesidad de delinear algunos ejes metodológicos para la descripción del lenguaje de los nuevos medios, sus géneros y las formas de interacción que suscita, voy a plantear algunos puntos de partida:

1. Reconceptualización de las nociones demedios y fenómenos mediáticos. La semiosis antes de la emergencia del lenguaje

2. Las tres dimensiones de la semiosis en la Red

3. Vigencia de la noción de operaciones

4. Nuevas identidades y nuevos interpretantes de los sujetos en el escenario actual

1. Reconceptualización de las nociones de *medios* y *fenómenos mediáticos*

Ante todo, corresponde aclarar una noción que introduce Verón (2013) y que le permite no solo situar la emergencia de la semiosis desde el punto de vista filogenético sino leerla en relación con la aceleración del tiempo histórico y los procesos cognitivo-afectivos. Se trata de la noción de 'fenómeno mediático', cuya manifestación originaria se remonta a los primeros útiles de piedra fabricados por el Homo Sapiens.

La noción de 'medio de comunicación'se planteó en Verón, desde el inicio, como la conjunción de una tecnología con una práctica de uso. Es sobre esta base que en 2013, alude al uso de las tecnologías de la comunicación tal como se estabilizaron a lo largo del tiempo:

El concepto de "medios" designa *los usos* de las sucesivas tecnologías de comunicación, tal como estos usos se estabilizaron a lo largo de la historia. Se suele circunscribir la cuestión de "los medios" al ámbito de la modernidad; en el mejor de los casos, a partir de la invención de la imprenta. Como veremos, la noción de "técnica" asociada a los fenómenos de la comunicación necesita otras distinciones y exige definir un horizonte temporal mucho más amplio, en la medida en que la técnica

es inseparable de la aparición del homo sapiens y está íntimamente ligada a la emergencia de la semiosis(Verón, 2013: 144).

Ahora bien, la diferenciasignificativa entre 'medio de comunicación' y 'fenómeno mediático' estriba en que la idea de 'medio'-más allá del sesgo de *mediación* que lo atraviesa- apunta a la estabilización de los usos (Verón: 2013: 176); y la de 'fenómeno mediático', en cambio,implica la exteriorización de procesos mentales en tanto *autónomos* respecto de su fuente y *permanentes* en el tiempo. A continuación, expandiré brevemente este planteo.

1.1. *De principiis*: la semiosis antes de la emergencia del lenguaje

En *La semiosis social 2*, Eliseo Verón luego de revisar diferentes discusiones mantenidas en el campo de la antropología, señala -basándose en Leroi-Gourhan-la estrecha relación entre la aparición de la técnica y las condiciones para el desarrollo del lenguaje, unos 2.5 millones de años atrás, durante el período paleolítico superior (Verón: 2013: 169-171). En este desarrollo, Verón advierte que antes de la emergencia del lenguaje, los primeros útiles de piedra fabricados por el Sapiens no sólo fueron herramientas sino *tipos* de herramientas, es decir, estereotipos identificables como signos. Esto implicó, según Verón, una verdadera revolución dado que dichos instrumentos fueron modelos que exhibían(icónicamente) sus condiciones de producción y de uso sociales con el fin de ser imitables y reproducibles. De ahí la tesis de Verón, de que pueden considerarse como el primer fenómeno mediático del que tenemos conocimiento.Y más aún, como *el primer interpretante en la historia de la humanidad* (Verón: 2013: 172-176).

Efectivamente, en términos peirceanos, podemos advertir las tres dimensiones de la semiosis allí activadas:

1) Los útiles de piedra con el fin de cortar objetivan una figura (la piedra astillada de cualidad cortante) cuya apariencia sirve como forma a imitar

2) Dicha herramienta forma parte de un proceso asociado a cadenas operatorias del eje cara-manos-objeto, cuyo funcionamiento esfundamentalmente indicial

3) Finalmente, esta estandarización tipológica conlleva la conceptualización de 'lo cortante' en términos simbólicos, en tanto forma que permite la convencionalización del proceso de producción y reproducción de útiles de la misma clase. En términos de Holloway (cfr. Verón 2013: 182), la observación y la imitación se posibilitan a través de una instrucción mediada por símbolos, lo cual tiene que ver con reglas sociales.

Vale decir que el primer fenómeno semiótico del que tenemos prueba arqueológica puede ser descripto como una secuencia que combina las tres operaciones de la tríada peirceana: "La exteriorización de procesos cognitivos bajo la forma de una materialización visual (el instrumento) puede entonces entenderse como una *mediatización icónica* de cadenas operatorias indiciales" (Verón: 2013: 183).

El corolario de estas puntualizaciones es que la semiosis no se puede constreñir a la emergencia del lenguaje verbal. La semiosis compromete siempre sus tres dimensiones: icónica, indicial, y simbólica, y de ninguna manera, el predominio de una de estas dimensiones neutraliza las otras.

Es claro que *La semiosis social 2* enfatiza la primacía filo y ontogenética de la indicialidad, anclada en el cuerpo, desde los orígenes de la semiosis. No obstante, esta afirmación no debe llevarnos a pensar que las categorías peirceanas o las dimensiones semióticas que de ellas se derivan se ordenan según criterios ordinales, cronológicos o jerárquicos. Antes bien, en

este sentido, es aclaratorio el siguiente tramo de una entrevista sobre *La semiosis social 2* donde afirma:

> *La semiótica de Peirce (...) se interesa en todos los procesos de signo. Es probable que otras configuraciones semióticas muy distintas sean anteriores al lenguaje, la gestualidad, una cantidad de otros signos. Entonces la evolución se plantea de manera distinta. La ventaja de Peirce, además, es que los tres tipos de signos -íconos, índices y símbolos (los símbolos son el lenguaje)- son cualitativamente distintos, no se puede considerar que uno es el ancestro del otro. Esa teoría más compleja da más posibilidades de tratar de leer qué pasó (Verón, 2013b).*

No hay que perder de vista esta enseñanza de Peirce y menos aún cuando se trata de observar las transformaciones que trae aparejadas el lenguaje digital donde –nuevamente- lo icónico, lo indicial y lo simbólico forman un continuum.

2. Las tres dimensiones de la semiosis en la Red

¿Qué consecuencias se pueden extraer delestudio de la emergencia del primer fenómeno mediático para encuadrar la evolución de los procesos cognitivos de los sapiens en la era actual?Tal como lo plantea Verón, Internet está produciendo una transformación profunda de la relación entre los actores (sistemas socioindividuales) y los fenómenos mediáticos. Pero no porque la Red sea un correlato isomorfo de la red neuronalsino porque ha permitido desplegar los resultados discursivos de las operaciones cognitivas de la primeridad, la secundidad y la terceridad -ya integradas al proceso de mediatización desde el principio- en el ciberespacio (Verón, 2013:279). De este modo, las tres dimensiones de la semiosis, en el nuevo escenario digital, han expandido los usos de *búsqueda* (de experiencias estéticas, información, tutoriales de instrucciones); *contacto* (participación en redes sociales) y *diligencias banca-*

rias y de otro tipo que implican el seguimiento de normas o conductas reguladas para alcanzar ciertos resultados. Estos-tres usos ya estabilizados tienen tres enormes consecuencias en relación con, primero, la relación de los actores individuales con el conjunto del saber humano; segundo, la activación del vínculo social en las tres dimensiones de la semiosis: afectiva, factual y normativa y, tercero, la cuestión de la identidad del actor (Verón, 2013:280-281).

Notemos que antes, siguiendo a Verón, con referencia a los fenómenos mediáticos, aludíamos a operaciones dependientes de la segunda tricotomía (icónicas, indiciales y simbólicas). Ahora, en cambio, nos referimos a operaciones categoriales (primeras, segundas y terceras). No se las debe confundir, dado que corresponden a distintos niveles. Siendo las operaciones formas de funcionamiento propias del sistema cognitivo humano, las primeras, segundas y terceras tienen el mayor rango de abstracción: todo lo que es o puede conocerse les atañe. Son generales, y corresponden a la aprehensión intelectual (independientes de todo psicologismo e inseparables de lo afectivo[2]). De las operaciones categoriales (nivel fenomenológico, epistemológico, eidético) dependen las icónicas, indiciales y simbólicas, que reposan en la correlación con el objeto del signo (nivel lógico o semiótico) y por esa misma razón están en el nivel de la emergencia empírica de las cosas, de la presentación de los objetos, de los fenómenos mediáticos. Dicho esto, continuemos con la noción de *operaciones*.

2. A muchos años de distancia, el eco de Peirce sigue resonando: “Los sentimientos (…) forman la fibra y trama de la cognición y aun en el sentido objetable de placer y dolor, son constitutivos de la cognición” (Peirce: 1887-1888) citado por Verón, 2010: 118.

3. *De praesens*: vigencia de la noción de operaciones

¿Por qué recurrir a la noción de operaciones? Porque es una herramienta teórico-metodológica fundamental de la Teoría de los Discursos Sociales cuyo rol resulta indispensable tanto para el despliegue de actividades analíticas como para el desarrollo de una didáctica de la semiótica. Efectivamente, la noción permite vincular las tres dimensiones de la semiosis con procesos cognitivos, interaccionales y afectivos, problemáticas centrales de *La semiosis social 2*. Verón adoptó desde el momento cero de su trayectoria teórico-metodológica la noción de *operaciones*, enmarcada en la Teoría de las Operaciones Enunciativas -cuyo referente original es Antoine Culioli[3]-, y la utilizó a todo lo largo de su labor de investigación, tanto individual como en colaboración con Sofía Fisher.

Tal como esta semióloga las define, las operaciones son "procedimientos que sitúan los enunciados producidos en función de un modelo que tiene en cuenta el funcionamiento cognitivo" (Fisher, 1999: 29). Ahora bien, es preciso remarcar que la exteriorización de las operaciones presuponen configuraciones cognitivas y afectivas que son "en sí mismas, inaccesibles" (Verón, 2013: 406). Sin embargo, pueden hacerse visibles en la medida en que han dejado huellas en la superficie de los discursos. Así, a partir de dichas huellas podemos reconstruir procesos semióticos de diversa índole. Verón explica el consabido método en su *Postfacio* a los *Escritos* de Antoine Culioli:

Para trabajar con los objetos discursivos, no tenemos otro camino que el de conceptualizar e identificar las configuraciones de huellas que, en el discurso han dejado operaciones cognitivas que tendremos que postular, bajo la forma de gramáti-

3. Culioli fue Director de la Tesis doctoral en Lettres et Sciences Humaines de Verón, "La Sémiose Social", Universidad de Paris 8. La especialidad tuvo que ser Lingüística dado que en aquel momento la semiótica no era un campo disciplinar existente.

cas discursivas, incompletas y necesariamente fragmentarias, porque se trata de objetos históricos (Verón, 2010: 235).

La operatoria no es tan sencilla dado que se funda en las complejidades de distintos niveles de representación formulados por la Teoría de las Operaciones Enunciativas[4]pero, sumariamente, podemos decir que una operación se define como un dispositivo relacional, como el arco y la flecha, que enlaza el discurso, a través de sus huellas (operadores), con su "otredad" (operando), es decir, con sus condiciones de producción y reconocimiento (cfr. Verón, 2004: 39-59).

4. Nuevas identidades y nuevos interpretantes de los sujetos en el escenario actual

Una cuestión no menor planteada en *La semiosis social 2* son las nuevas condiciones de construcción de los colectivos sociales y el recentramiento del individuo en términos de la Teoría de los Sistemas Complejos. Ya advertía Verón (2003), en su libro sobre la mediatización de la campaña política de Lula, la existencia de nuevos colectivos a los que se dirige la televisión en su tercera etapa, asociados a un nuevo Interpretante. Hay allí una versión -algo críptica- del Interpretante de esta nueva y última etapa de la TV que retomará luego en *La semiosis social2* con una "leve" modificación[5]. Transcribo:

---

4. La TOE proporciona los instrumentos para describir tres niveles de representación: el Nivel 1, de las representaciones mentales (dominio cognitivo-afectivo) al que no tenemos acceso excepto a través de las huellas que deja en el nivel 2. (2010: 81, 111). El Nivel 2 de las representaciones concretas, donde se encuentran las huellas de del nivel 1. Y el Nivel 3, de las representaciones metalingüísticas cuya finalidad es la construcción de un metalenguaje que posibilite reconstruir las operaciones cuya manifestación empírica son los marcadores de los Niveles 1 y 2. (2010: 81, 111). Aunque no hay relación término a término entre dichos niveles, es posible postularla de manera hipotética.

5. En 2013, el interpretante la 3ª etapa de la TV es definido como: "una configuración compleja de *colectivos definidos como exteriores a la institución*

> *[E]l Interpretante que se instalaría progresivamente como dominante en esta tercera etapa tendría la forma de una configuración compleja de colectivos definidos como exteriores a la institución televisión y atribuidos al mundo individual, no mediatizado del destinatario (Verón: 2003, 38).*

Uno de los aspectos más notables de esta definición es reencontrar -*mutatis mutandi*- l*a* noción de *individuo* que se había extinguido en el campo cultural después del siglo XIX. Individuo, que será concebido, en *2013*, como *sistema socio-individual*. La complejidad de la formulación citada arriba estriba en dos paradojas:

a) Una referida a la oposición individual/colectivo,que remite a una configuración de *colectivos* pero atribuidos al mundo *individual*

b) La otra, centrada en la oposición interior/exterior, nos habla de colectivos nominalmente definidos como *exteriores* al medio pero inmersos en él.Se trata de una idea compleja que alcanza a actores socio-individuales mediatizados pero que -como es el caso del reality show- entran en el medio a condición de ser tenidos por no mediáticos y no mediatizados. Esta transformación colosal en la relación entre los actores sociales y los fenómenos mediáticos es precisamente la que se observa también en Internet:

No lo olvidemos, Internet no es un medio más, tampoco es un paquete de "nuevos medios" (...) es una mutación en las condiciones de circulación de los fenómenos mediáticos, como resultado de una transformación de las condiciones de acceso. Internet hace materialmente posible, por primera vez, la introducción de la complejidad de los espacios mentales de los ac-

---

televisión y atribuidos al mundo no mediatizado del destinatario" (Verón, Eliseo, 2013 a: 269). El término 'individual' desaparece. Probablemente, porque ya está planteando al sujeto en términos de sistema socioindividual (Luhman: 1984 [1995]).

tores en el espacio público y en consecuencia, vuelve visibles las estrategias de innumerables sistemas socio individuales *por fuera de la lógica del consumo,* vale decir, por ejemplo, *sin que medien factores de notoriedad* (Verón, 2013: 429).

El corolario de esta complejización es el cambio de posición de usuarios y consumidorescuyos roles se re-definen. La eclosión del *comentario* como género dominante en las redes sociales es solo una muestra de ello. Notemos: los comentarios son un género primario que instala un imperio de la sociedad conversando. El comentario expresa un colectivo en el que cada quien expone explícitamente su punto de vista individual sobre las cuestiones en discusión.Paralelamente, como parte de una tríada de dispositivos interactivos, entre los que se encuentran gustar, retwitear, compartir, etc. (Gurevich: 2014) el comentario propende no sólo a una posición más diversificada y coparticipativa del lector (respecto de los medios históricos), sino que efectúa un giro de 180º en el rol de este, en tanto pasa a desempeñarse, *simultáneamente,* como destinatario y productor. En esta actividad, el comentario prolonga la cadena operatoria indicial a través de la materialización de un contenido, convirtiendo al lector en productor en un solo y mismo acto, por el sólo hecho de haber “visto”. Así, por extensión, pasa de ser enunciatariopotencial a enunciador que deja huella de su mirada sobre lo leído y que se vincula reticularmente con el conjunto de los usuarios de la comunidad de usuarios.

Conclusiones

En resumen, algo puede considerarse un fenómeno mediático siempre y cuando esté dotado de autonomía respecto de su soporte y continuidad en el tiempo. La primera materialización de dichos procesos se dio, en la era paleolítica inferior arcaica, con las piedras talladas de borde cortante, más de dos y medio millones de años atrás. Desde el punto de vista filogenético, el primer fenómeno semiótico del que tenemos

prueba arqueológica conlleva una combinación entre cadenas operatorias indiciales e icónicas, culminando en las simbólicas, con el uso convencionalizado culturalmente. Ahora bien, las nuevas materializaciones de los procesos mentales surgidas con el advenimiento de Internet, aunque más evanescentes, exteriorizan también procesos mentales en los tres registros peirceanos.

Se desprenden de estos fundamentos, consecuencias teórico-metodológicas ineludibles: el abordaje de los fenómenos mediáticos(viejos y nuevos) no puede realizarse sobre un modelo logocéntrico y representacionalista del lenguaje. No puede tampoco privilegiar la escritura y su orden lineal. No puede excluir el aspecto material del signo a favor del contenido lingüístico o representacional. De ahí que las dimensiones icónica e indicial de la palabra poseen similar relevancia que la propia dimensión simbólica (Bitonte: 2016). Y no corresponde constatar las materializaciones objetivas de un ícono, un índice o un símbolo sino describir las operaciones cognitivo-afectivas que traen aparejados.

El libro postrero de Verón plantea una genealogía de la relación entre lenguaje y técnica que brinda los fundamentos para comprender el despliegue semiótico -y por lo tanto social y cognitivo- del *mamífero parlante* en el escenario mediático actual. La preocupación por la dimensión cognitivo-afectiva de la semiosis, ya presente aunque de forma más tangencial, en *La semiosis social,* se convierte en una problemática central del último libro de Verón y, en particular, la aceleración de esos procesos asociados a la aparición histórica de fenómenos mediáticos.

Finalmente, he tratado de mostrar hasta qué punto el modelo socio-semiótico que propone Verón (1993 [1988], 2013), apoyándose en la semiótica peirceana, la Teoría de las Operaciones Enunciativas (Fisher y Verón: 1999, Culioli: 1985, 2010) y la Teoría de los Sistemas (Luhmann: 1995 [1984]), concilia

un sólido andamiaje conceptual para abordar viejos y nuevos medios en su complejidad inherente, en sus distintos planos (semiótico, cognitivo y social) y contemplando su inestabilidad y repliegues. Es por eso que se puede afirmar que *La semiosis social 2*, que es una semiótica del desarrollo del conocimiento humano, sienta las bases de una semiótica de tercera generación[6] que,apoyándose en un arsenal teórico y metodológico de larga tradición, concilia capacidad empírica y formal para abordar las operaciones que los sistemas socioindividuales realizan en las tres dimensiones de la semiosis, y, por lo tanto, en el orden de la cognición, el contacto y la afectividad humanas.

Referencias bibliográficas

Bitonte, M. (2016), Hacia una semiótica del lenguaje de los nuevos medios, Congreso de REDCOM Comunicación, Derechos y la cuestión del Poder en América Latina. 6, 7, 8 y 9 de septiembre de 2016, Ciudad Autónoma de Buenos Aires-La Plata. FSOC-UBA y FPyCS-UNLP. En actas (http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/issue/view/146).

Culioli, A. (1985 [1983-84]), *Notes du séminaire de DEA*. Potiers

Fisher, S. (1999) *Énonciation. Manièresetterritoires*, Paris: OPHRYS

Gurevich, A. (2014),*Retóricas de la identidad Arquitectura de Facebook y Cultura contemporánea*, Tesina de Grado inédita, Facultad de Ciencias Sociales, Carrera de Ciencias de la Comunicación, UBA.

Peirce, C. (1987) *Obra lógico-semiótica*, Madrid: Taurus.

Verón, E. (2013ª), *La Semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*, Buenos Aires: Paidós.

6. Así lo entendió Luis Baggiolini en su alocución en la Jornada homenaje "Eliseo Verón: su obra, su legado" organizada por las cátedras de Lenguajes I, II y III de la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario.

Verón, E. (2003), Televisao e política: história da televisao e camp anhaspresidenciais”Televisión y Política: Historia de la Televisión y Campañas Presidenciales) en Antonio Fausto Neto y Eliseo Verón (comps.) - Antonio Albino Rubim, *Lula Presidente. Televisaoe política na campanhaeleitoral*, Sao Paulo, Hacker, Sao Leopoldo. RS: Unisinos.

Verón, E. (1998), Mediatización de lo político. Estrategias, actores y construcción de los colectivos, en Gilles Gauthier, André Gosselin y Jean Mouchon, (comps.) *Comunicación y política*, Buenos Aires: Gedisa.

Verón, E. (1993 [1988]), *La semiosis social,* Barcelona: Gedisa

Verón, E. (1986), *La mediatización*, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, cursos y Conferencias, Nº 9

Referencias electrónicas

Verón, E. 2013b. Internet es el golpe de gracia de la TV. En revista Ñ, 21/10/13. [disponible en http://www.revistaenie.clarin.com/ideas/Eliseo-Veron-La-semiosis-social-2-Internet-golpe-gracia-TV_0_1013898616.html] (obtenido el 21/10/13).

De la VDG a la IVE: de los sillones chimenteros al parlamento

Da violência de gênero à interrupção voluntária da gravidez: dos programas de fofocas ao Congresso

Mariángeles Camusso - UNR - UAI
mariangeles.camusso@gmail.com

Florencia Rovetto - CONICET - UNR
florencia.rovetto@gmail.com

Carolina Spataro - CONICET - UBA
carolinaspataro@yahoo.com.ar

Libertad Borda - UBA
libertadborda@gmail.com

Carolina Justo von Lurzer - CONICET - UBA
justocarolina@gmail.com

Leandro Araoz Ortiz - CONICET - UBA
laraozortiz@gmail.com

Lucía Figueroa - CONICET - UNR
lulafigueroa87@gmail.com

María Laura Schaufler - CONICET - UNER
mlaura31@gmail.com

Vanina Lanati - UNR
vaninalanati@gmail.com

Resumen

Compartimos avances del proyecto de investigación (PIO-CONICET-Defensoría del Público), titulado “La politización del espectáculo: producción, textos y recepción de los programas de espectáculos televisivos”, que se desarrolla en tres en tres zonas geográficas del país (Buenos Aires, Rosario y Córdoba). De las tres dimensiones de abordaje propuestas para este proyecto -análisis de contenidos, consumos/recepción y rutinas de producción- presentamos la observaciones realizadas por las audiencias en torno al tratamiento de la Violencia de Género en los programas de espectáculos. Esta sistematización recoge las opiniones obtenidas en dieciseis grupos focales realizados en tres ciudades diferentes a finales de 2016. Presentamos aquí tanto relatos que refieren a los modos de producción televisiva, como explicaciones sobre las competencias y potencialidades interpretativas de las audiencias frente a esta problemática.

Palabras clave

televisión; audiencias; celebridades; violencia de género

Resumo

Compartilhamos o progresso do projeto de pesquisa (PIO-CONICET-Defensoria Pública): “La politización del espectáculo: producción, textos y recepción de los programas de espectáculos televisivos” desenvolvido em três áreas geográficas do país (Buenos Aires, Rosario e Córdoba). Das três dimensões de abordagem propostas para este projeto - análise de conteúdo, consumo / recepção e rotinas de produção - apresentamos as observações feitas pelas platéias sobre o tratamento da Violência de Gênero em programas de entretenimento. Essa sistematização reúne as opiniões obtidas em dezesseis grupos focais realizados em três

diferentes cidades no final de 2016. Apresentamos aqui duas histórias que remetem aos modos de produção televisiva, além de explicações sobre as competências e potencial interpretativo das audiências frente a esse problema.

Palavras chave
televisão; audiências; celebridades; violência de gênero

Introducción

Esta comunicación sintetiza algunos de los avances realizados en la primera etapa del proyecto investigación orientado (PIO:CONICET-Defensoría del Público), titulado "La politización del espectáculo: producción, textos y recepción de los programas de espectáculos televisivos", que se desarrolla en tres zonas geográficas del país (Buenos Aires, Rosario y Córdoba) e implica la participación de equipos de investigación pertenecientes a tres universidades nacionales: UBA, UNC y UNR.

Lashipótesisdetrabajoysusderivasinterpretativas,compartidas en el marco del Coloquio Anual del CIM 2017, adquieren nuevos significados a la luz de los acontecimientos que se vienen desarrollando en Argentina desde comienzos de 2018 en referencia a las discusiones en torno a la sanción de una Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo. Ciertamente, la irrupción de la discusión pública sobre el Aborto Legal -sin dudas una deuda de la democracia argentina[1]- no es ajena a los procesos

1. Este argumento surge en el año 2005 con la conformación de la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito y ha ido cobrando fuerza con estrategias de visibilidad y organización, convirtiéndose este reclamo del movimiento de mujeres y feministas en debate público e instalando el tema en la agenda política. Argentina como país signatario de pactos y convenciones de DDHH y sus protocolos facultativos, está obligada a garantizar a las mujeres los derechos a la vida, al máximo nivel posible de salud física y mental, a la igualdad y no discriminación, a la intimidad y a la autonomía reproductiva, a la libertad, a la libertad de conciencia

de mediatización de la agenda de derechos. Concretamente, la instalación en programas de espectáculos de esta discusión se tradujo en una difusión masiva de una demanda que formaba parte del núcleo de reivindicaciones históricas del movimiento de mujeres de Argentina.

De alguna manera, este fenómeno consolida la formulación de los objetivos e hipótesis que guiaron nuestro trabajo de campo sobre la idea de que los programas de espectáculos, escasamente analizados -y habitualmente desprestigiados- por los estudios en comunicación y cultura locales, constituyen un espacio privilegiado para la instalación de temáticas vinculadas a géneros, sexualidades y feminismos.

Temas como aborto, violencia de género, diversidad sexual, nuevas masculinidades o arreglos familiares disidentes, que tienen décadas de existencia, pero no suelen ocupar el prime time de los programas televisivos dedicados a la farándula y, mucho menos, en la voz de reconocidas activistas y comunicadoras feministas, no solo hicieron "subir los puntos de rating", sino que se viralizaron en las redes sociales, extendiéndose, más tarde, a otros formatos televisivos y medios informativos.

Así fue que, *Intrusos en el espectáculo* (2001, América TV), el programa de mayor audiencia de la tarde, en el mes de febrero de 2018, se dedicó durante más de una semana a invitar a feministas reconocidas para explicar qué es el patriarcado, como se organiza el feminismo en la actualidad, cuáles son sus reivindicaciones, qué son los micromachismos, por qué el aborto sigue siendo una deuda de la democracia, entre otros temas relevantes de la agenda del movimiento de mujeres y LGTBI local (Spataro, 2018).

---

y religión, entre tantos otros. La prohibición del aborto y la falta de acceso a procedimientos seguros, de calidad y gratuitos constituyen una clara violación a los mismos.

En esta instancia proponemos repasar los principales avances realizados a partir de nuestro trabajo de campo: describir las percepciones de las audiencias y aventurar conexiones entre los relatos de las mismas sobre temáticas vinculadas a la agenda de derechos y la instalación en el prime time de renovadas demandas de la agenda feminista.

En este sentido, sostenemos que las metodologías cualitativas que utilizamos nos permitieron interpelar los modos en que las audiencias construyen sentido a través de la articulación creativa entre sus experiencias de visionado y sus historias de vida. Nuestra obtención de "datos espesos" (Wang, 2016) ratifica que una muestra "pequeña", en términos cuantitativos, puede arrojarnos una "una increíble profundidad de significados e historias".

Avances del Proyecto "La politización del espectáculo "

Como ya señalamos, el proyecto en cuestión toma por objeto los programas de espectáculos televisivos y propone una investigación articulada en tres dimensiones claves: análisis de contenidos, recepción y rutinas profesionales. Durante el primer periodo de trabajo, ejecutado en 2016-2017, nos hemos centrado en el análisis de las audiencias, indagando sobre la relevancia que otorgan las/os televidentes a este tipo de programas (y/o segmentos), atendiendo los modos de visionado, así como los vínculos entre los clivajes de género, edad y clase con las maneras en las que los sujetos dan sentido a los contenidos.

De acuerdo con el objetivo general planteado, el desarrollo actual del proyecto nos ha permitido mapear y sistematizar un corpus de programas de televisión abierta vinculados con el "mundo del espectáculo". A partir del desarrollo de 16 grupos

focales[23] logramos avanzar con el trabajo de campo correspondiente al objetivo específico destinado al análisis de las audiencias.

Si bien en esta oportunidad nos concentramos en describir y analizar las opiniones y saberes que las audiencias expresan sobre una problemática compleja como la violencia de género (en adelante, VDG) y, en particular, sobre el tratamiento de la misma en los programas televisivos analizados, consideramos que algunos de los tópicos relevados permiten trazar vínculos interpretativos con otras temáticas conexas que adquieren relevancia en un período marcado por las grandes movilizaciones del movimiento feminista en todo el país.

Hace ya muchos años que el movimiento de mujeres y feminista local procura con distintos niveles de visibilización e incidencia, instalar el problema de las violencias sexistas en la agenda política (Colanzi, Femenías y Seoane, 2016), pero su instalación definitiva en todo el arco mediático se produjo a

2. El trabajo de campo con las audiencias procuró cubrir las zonas geográficas que aborda esta investigación. De esta manera, los 16 grupos focales se desarrollaron en las tres ciudades entre los meses de octubre y diciembre de 2016, quedando conformados de la siguiente manera: 4 grupos focales con audiencia de Capital Federal (CABA), 4 grupos focales con audiencias de Área Metropolitana del Gran Buenos Aires (AMBA), 4 grupos focales con audiencias de Rosario (ROS) y 4 grupos focales con audiencia de la ciudad de Córdoba (COR).

3. La primera manifestación de *#NiUnaMenos,* organizada tras el femicidio de Chiara Páez, una adolescente embarazada en Rufino, Santa Fe y el de Gabriela Parra, una abogada asesinada por su expareja en una confitería de Caballito, a principios de mayo. Al año, el 3 de junio de 2016, la convocatoria de *#NiUNaMenos* volvió a realizarse bajo el lema #VivasNosQueremos. Una vez más las principales plazas del país reunieron a miles de personas reclamando en contra de la violencia machista. Esta vez otros países de América Latina se sumaron con sus propias marchas. En 2017, el 3 de junio, *#NiUnaMenos*, demostró que es una fecha más en el calendario feminista. La consigna en esa ocasión fue #ElEstadoEsResponsable y tuvo entre sus proclamas fuertes críticas al accionar del Estado en relación a la violencia institucional, al escaso presupuesto para la prevención y atención a las víctimas de violencia de género, a la falta de capacitación en género y violencia de género de los efectores públicos, entre otras cosas.

partir de la masiva movilización, con la consigna #NiUnaMenos, del 3 de junio de 2015 (Camusso y Rovetto, 2016)-. Desde su inicio esta consigna, sus protagonistas y todas las demandas relacionadas con las luchas históricas del movimiento de mujeres, circula a través de todos los soportes mediáticos y es, especialmente, tematizada en los programas de espectáculos.

Antes de introducirnos en la exposición y análisis de las opiniones que las audiencias ofrecen sobre el tópico particular de la VDG, nos interesa mencionar algunos elementos relevantes del contexto temporal en el que se inscribe este trabajo de campo sobre audiencias, así como la producción específica de los programas seleccionados en este estudio, revisando algunos datos que caracterizan la mediatización de la temática abordada.

En primer lugar, podemos reconocer que el tópico abordado es parte de un clima de época signado por la constitución de la VDG como un problema social y caracterizado por la irrupción pública de la problemática en las agendas mediáticas y políticas a partir del acontecimiento masivo denominado *#Ni una Menos*, producido en junio de 2015.

Según la ONG Casa del Encuentro, durante el año 2016 se produjo, en promedio, un femicidio cada 30 horas, y de acuerdo a los datos presentados por el Centro de Estudios sobre Medios y Sociedad en Argentina (MESO), en la prensa informativa la VDG ocupó un promedio del 4% de las noticias más vistas en los diarios digitales durante el año. No obstante, de este mismo estudio se desprende que la atención sobre el tema por parte de los públicos de periódicos digitales alcanzó su pico máximo en el mes de octubre, cuando el porcentaje trepó al 15%, a partir del caso de Lucía Pérez, una adolescente de 15 años, violada y asesinada en Mar del Plata y por un triple femicidio producido en Mendoza, días después de la jornada de Paro Nacional de Mujeres del 19 de octubre (Boczkowski, 2017).

La problemática de la VDG, además de entramarse como "asunto público" en el contexto de realización del trabajo de campo, es referenciada por las audiencias en la totalidad de los grupos focales realizados, aludiendo a situaciones vividas por algunos famosxs ("celebrities") o por casos muy mediatizados como el de Angeles Rawson[4], entre otros.

Tal como señalan algunos estudios contemporáneos (Gámez-Fuentes, 2012; Gámez-Fuentes y Núñez-Puente, 2013; Núñez Puente y Fernández-Romero, 2015; Gámez-Fuentes y otros, 2017) podemos hablar de ciertos desplazamientos en los marcos del reconocimiento sobre la VDG que, en la arena televisiva han sido introducidos paulatinamente por los programas analizados.

Ciertamente, el canon representacional de la VDG en la televisión local, se ha caracterizado históricamente por desligar la violencia de género de las luchas feministas por la consecución de derechos y la promoción de libertades (Laudano, 2010), ontologizando la violencia y negando la capacidad de agencia de las mujeres y los colectivos que más la padecen, (Fernández-Romero, 2008; Faulkner y MacDonald, 2009; Castro y otros, 2009; Gámez-Fuentes, 2012; Gámez-Fuentes y Núñez-Puente, 2013; Núñez Puente y Fernández-Romero, 2015).

Los casos de violaciones, femicidios, abusos sexuales y muchas otras expresiones donde se representa la vulnerabilidad de las mujeres en los espacios públicos y privados tienen un lugar privilegiado en los productos de la cultura popular emitidos por televisión que van desde los informativos a los programas de espectáculos. Estas narrativas se caracterizan por construir un sujeto-víctima de la violencia reificado para

4. Ángeles Rawson, joven argentina de 16 años, fue hallada muerta el 11 de junio de 2013 en el predio del CEAMSE en José León Suárez. Poco después se descubrió que el asesino era Jorge Mangeri,encargado del edificio del barrio de Palermo en el que la menor vivía con su familia. Hoy éste cumple una condena a prisión perpetua por la violación y femicidio de Ángeles.

su consumo mediático, dificultando su lectura desde una posición política que implique subvertir los ejes estructurales de opresión en los que se articulan los contextos de la violencia (Gámez-Fuentes y otros, 2017). De algunos casos recientes, o muy mediatizados en esta clave dan cuenta las personas participantes de los grupos focales al nombrarlos reiteradamente:

Ítem 1: casos más mencionados:

CASOS	FOCUS	MENCIONES
Bárbara Vélez/Federico Bal	16/16	59 (43 mujeres, 16 varones)
Ángeles Rawson	2/16	4 (3 varones , 1 mujer)
Jimena Barón/Daniel Osvaldo	1/16	2 (2 mujeres)

Otros casos de VDG mencionados: Amalia Granata, Nora Dalmaso, Victoria Vanucci.

Estas alusiones nos permiten reflexionar no solo sobre el vínculo que las audiencias mantienen con este tipo de programas, sino también sobre la centralidad que el tema de la VDG tiene en estos espacios mediáticos respecto a los espacios estrictamente informativos. Pero, a su vez, a través de las alusiones que presentamos a continuación podemos explicaciones fundadas sobre esta problemática, conectadas con las propias experiencias vitales e incluso teorías sobre medios, producción de contenidos y reflexiones sobre el rol de las audiencias en el presente.

1. Presencia del tópico de la VDG

En la casi totalidad de los focus realizados se señala que, en este tipo de programas, así como en la televisión en general "hay más violencia de género". A su vez, entre las explicaciones que se esbozan en torno a la presencia de esta temática en la programación analizada se alude a aspectos positivos de

su tratamiento porque permite alentar denuncias de mujeres que viven situaciones similares, al mismo tiempo que se enfatizan las diferencias experimentadas por las audiencias en “la vida real”. A modo de ejemplo:

Ítem 2: Teorías sobre VDG

MUJER 4: *si, se ha visto mucho de* **femicidios** *de las mujeres. Quizás si comparamos antes del ahora, yo creo que ahora es más la violencia. El tema de los robos, como ella decía. Pero más con las mujeres. Y matan a sus hijos... Que quizás antes no se veía tanto como ahora.*

MUJER 2*: este año estuvo toda la movida de todo lo que es Ni Una Menos. Y por ahí fue muy importante porque Barbie lo denunció por violencia de género. Y bueno, es justo es ese tema que, capaz, el tema central de este año, calculo. Y yo creo que es por eso.*

Tiene algo positivo... no sé... conocer que también, bueno, son famosos, pero son personas, como todos nosotros. Aunque viven una relación, tienen problemas con su pareja, y quizás... todo eso capaz que es íntimo en otras personas, pero salió a la luz, y se lo mostraron a todo el mundo.

VARÓN 2: *si hay que rescatar algo positivo, seguro que podría ser eso. Algunas pueden animarse más a hablar, a denunciar, hacer esas cosas. Al verlo en la televisión decís, “bueno, puedo hacer lo mismo”. Animarme un poco, tal vez...*

MUJER 3: *... sí, es verdad lo que dice él, pero a lo mejor yo noto también que al ser famoso capaz le dan mucha más importancia. Y como decían ellos, se ve un montón de violencia. Los otros días estaba en la comisaría yo porque me robaron la billetera, y llegaron varias mujeres, y como que el policía no, que la mandaba a otro lado..., en vez de tomarle la denuncia por VDG en ese momento. El policía le decía “no, que tenés que ir a... no sé, a tal comisaría, tal lado, tal lado del otro...” y como que las mandan*

y andan boyando por todos lados, y... eso... está bien, la gente se anima, pero del otro lado no está. O sea, o sigue estando la barrera...

FOCUS CORDOBA - 17/12 - 14 HS.

MUJER 7: *a veces la mujer común, la mujer que no es famosa a veces tiene miedo de decir "mi marido me pega", "mi novio me pega" En cambio, yo creo que, un punto a favor a la televisión es que salgan a decir "me pegó". Es como que te ayuda a salir.*

FOCUS CORDOBA - 17/12 - 18 HS.

2. Tratamiento de los casos

Tal como hemos analizado en otros acercamientos al corpus (Borda y otras, 2017), las audiencias aluden a la calidad de la producción a partir de sus experiencias cotidianas con los contenidos televisivos, formulan teoría sobre estos productos de la cultura y, también, caracterizan los modos de ver y al sujeto televidente. En ocasiones y, fundamentalmente, en relación con los tópicos de género y sexualidades, todo ello se manifiesta de forma simultánea, articulando opiniones sobre producción y contenidos televisivos con (auto)percepciones sobre problemas relevantes de la vida social.

Las referencias al caso de VDG más mencionado (Vélez/Bal) ponen de manifiesto sentidos en tensión (o contradicciones) respecto a la importancia de incluir estos temas en la programación, tal como vimos en el apartado anterior. De ahí que, el análisis del trabajo de campo con las audiencias nos permite observar cómo se entremezclan valoraciones relativas a la credibilidad/verosimilitud del contenido o a los modos en los que se banaliza el tratamiento de los casos con saberes y percepciones en torno a la VDG como un problema social "que nos afecta a todxs". A modo de ejemplo:

MUJER 4: *Bueno, por ejemplo, en el caso este, de Showmatch, de Federico Bal con Bárbara Vélez, es todo un teatro. O sea, primero que las perimetrales, la mayoría de los violentos desgraciadamente, no las cumplen, y hay mujeres que sufren muchísimo. Y vos ves toda la artisteada,que mal que manejan eso.*

VARÓN 2: *No me gusta como mediatiza temas como por ejemplo el caso de Barbie y este otro muchacho, se vuelven banales temas muy complicados.*

FOCUS ROSARIO -Z1/11 - 18 hs.

VARÓN 3: *Y no sé, a veces se hacen lo que los tratan serio llevando gente, pero tratarlo serio es hablar de todos los casos en general, no solo deBal y Vélez. Que lo pongan como un ejemplo, un simbolismo pero que después se metan a hablar más en serio. No pueden llevar una tarotista, o la numerología, una cosa así, para ver lo que va a pasar.*

FOCUS CABA - 4/11 - 18 HS

MUJER 3: *En mi caso yo le creo a Barbie y una amiga dice, "no yo le creo a Fede, si ella es una loca de mierda". Y después te das cuenta. "boluda, estuvimos peleando dos horas por que le paso a Barbie Vélez, si le pegó, si es verdad o no". Yo le creo a uno y una de mis amigas le cree a otro, por ejemplo.*

MUJER 2: *Si a mí me pareció...el otro día la chica esta Barbie Vélez estaban haciéndole un móvil y le dijeron que se había caído el FedeBal. Y empezó a llorar. O sea, mal ahí. Digo, si supuestamente lo denigró, le dijo de todo, que la golpeaba. Después porque andaba llorando ahí por él, o sea.*

MUJER 5: *Y otra vez que fue un chiste. Yo dije no puede ser... con lo de Jimena Barón que dice que le pegaba Daniel Osvaldo y a los dos meses vuelve con él. Como que dije... listo, ya fue.*

FOCUS CORDOBA -16/12 - 18 HS.

MUJER 1: *Sí... por ahí a veces lo toman desde el punto del reality de Showmatch y a veces se toma como cierta cargada, por lo menos yo lo veo así, es como que toman el pelo de algo que es serio, porque vamos al caso de FedeBal y Barbie Vélez, ya la verdad no sé si es verdad o mentira, no me interesa, pero se toca muy por arriba y que la perimetral, que salen en remis, el otro en remis, que la cámara que el auto, y es como que ya frivolizan mucho eso que es como que ya no se cree lamentablemente y las cosas siguen pasando y ellos como que lo ven desde un punto inferior.*

FOCUS - AMBA - 28/10 - 20 HS.

VARÓN 2: *Claro. Este sábado, por ejemplo, yo venía para capital, venía con la radio prendida, y venía escuchando que el viernes había habido una fiesta de Halloween donde estaba el novio... el ex novio de Barbie Vélez. Y bueno, y que ella se acercó, y cómo se acercó tuvo que ir la policía y un juez y un fiscal, yo digo: a toda esa gente ¿quién le paga?*

FOCUS AMBA - 31/10 - 18 HS.

MUJER 2: *Lo van a hacer hasta la final con el caso de BarbieVélez, como para seguir estirando, pero a la gente que lo sufre me parece que no le causa ninguna gracia ¿no? Este tema. Porque es serio. Es un tema serio y lo toman así en broma.*

FOCUS AMBA - 2/11 - 20 HS.

3. Exaltación dicotómica entre víctimas y victimarios

Otro aspecto a destacar en relación con el tratamiento de la VDG en los programas de espectáculos, según las opiniones recurrentes de las audiencias, se cristaliza a través de valora-

ciones dicotómicas sobre los protagonistas de los casos relevados, sean estos “famosos” o no.

La utilización de explicaciones como “las dos campanas” o “las dos caras de la misma moneda” alojan interpretaciones de un tratamiento televisivo que parece homologar efectos similares de la violencia de género padecida tanto por mujeres como por varones. A modo de ejemplo:

Ítem 4: Valoraciones dicotómicas sobre VDG

VARÓN 3: *El tema, y esto sí me parece aberrante, el tema de la violencia de género. Como dijo ella. Hay tanta violencia de género de un género como del otro. Pero, está bien. El otro día una mamá se suicida con el chico. O sea, llena de gas la habitación y mata el chico. ¿Y el padre donde estaba? El padre estaba en Bower porque se había cansado de denunciar a la madre, de que la madre estaba loca. Bueno, eso lo pasaron ese programa, y nunca más. Y se enteraron por la atrocidad del programa. Yo lo traduzco. Hace casi dos años atrás, un tarado que también agarró y mató a la mujer y trató de matar a la hija y las tiró a una zanja. Entonces, esa noticia sí se notó. Bueno, llegas un momento en que tenemos que poner un momento de decir: Mirá, hay locos de los dos lados. Pero hay una realidad aberrante que la televisión la muestra y que nosotros no la queremos ver. Como no la queremos ver, como no vende, la cámara mira para otro lado…*

FOCUS CORDOBA - 17/12 - 10 HS.

MUJER 2: Por ahí, por ejemplo, algunos programas de chimentos consiguen entrevistas exclusivas y otros no pero después los otros terminan pasando. cuando fue lo de Barbie Vélez y Fede-Bal, ella estuvo con Rial y él con Mariana y entonces… que se yo, mirás los dos porque los dos tienen diferentes perspectivas

FOCUS CABA - 4/11 - 18 HS.

4. Les pasa a los “famosos”, ¿nos pasa a todxs?

Como vimos en los apartados anteriores las referencias a la experiencia propia se articula con el tratamiento mediático de los casos relevados. Y esta vinculación es referenciada, en la mayoría de las ocasiones, de forma positiva.

Al respecto, resulta llamativo observar que los comentarios del tratamiento de ciertos casos habilitan, por un lado, referencias a modalidades de autocuidado o decisiones personales elaboradas frente a la VDG que se presentan en voces de mujeres participantes de los grupos focales. Y, por otro lado, el desarrollo de cierto conocimiento experto en torno a normativa jurídica y medidas preventivas sobre VDG a partir de la tematización del caso más nombrado. A modo de ejemplo:

Ítem 5: Ver, nombrar y conocer

> **MUJER 1:** *Y ahora está muy boom el tema de la violencia, el #NiunaMenos es algo que está muy instaurado, desde la marcha del miércoles negro, desde ahí como que bueno y con esto de* **FedeBal** *y* **Barbie Vélez** *es como se hace un auge de todo eso. Entonces es como que todos en cierto punto hablan de eso, y bueno en la familia se genera cierta cosa también, de hablar o reflexionar o pero está como el boom hoy creo que el #NiUnaMenos es lo que en las redes sociales, en la televisión, en las radios*
>
> **FOCUS AMBA - 28/10 - 20 HS.**
>
> **MUJER 1:** *Fue una seguidilla de chicas de 15 a 19 que mataron cada dos meses. ¿Viste? Y es como que no sé, nosotros tenemos hijos adolescentes, cómo que te impacta, te llega. Y te hace que, aunque no tengas, le compres un celular para que esté comunicado porque sabés que va a salir o se va a ir a algún lado, y... no sabés lo que le va a ...*
>
> **FOCUS COR - 17/12 - 10 HS.**

MUJER 3: *hubo un comentario de* **Barbie Vélez**... *la verdad que me causó gracia porque dice que cuando ella estuvo en el boliche, vino el abogado de* **Federico Bal** *y le dijo que se tenía que retirar por el tema de la perimetral. Entonces* **Tinelli** *dijo y, pero vos te arriesgaste, sí pero qué ridículo porque ir a bailar, con un abogado, para que se respete la perimetral. Y eso es verdad, porque dijo, yo no voy a bailar con mi abogado para ver si se respeta o no la perimetral ¿entendes? y dio la casualidad y después surgió que* **De Brito** *le dijo sí pero yo tengo entendido que vos estabas invitada y sabías que iba* **Federico Bal**.

FOCUS AMBA - 2/11 - 18 HS.

MUJER 2: *Yo del año pasado, tuve que meter un montón de denuncias, porque el padre de mis hijos se llevó...mi ex pareja, se llevó a mis 3 hijos. Los tuvo secuestrados 3 semanas, andaba de un lado para el otro, y yo, loca. Y yo estaba detrás...estuve detrás de todos los juzgados.Estuve mandando mensajes a las...a las radios, a las teles...y nadie me prestó atención. Nadie. Ni siquiera los juzgados*

Fui a la televisión, no me dieron ni tronco de atención. Lo...lo último que me quedó, fue poner una foto de mis 3 hijos por Facebook, y de ahí empezó a saltar: "están acá", "están acá", "están acá". Y ni siquiera la policía se movió, para buscarlos. O sea, tuve que yo, armarme de valor un día, agarrarme con las directoras, porque me habían metido una denuncia de pies a cabeza de que yo era violenta, que esto que lo otro, y después salió que era todo lo contrario; y agarrar mis hijos y encerrarme en mi casa. Para que no se los volvieran a llevar.

FOCUS CÓR - 16/12 - 20 HS.

La sexualidad será televisada

En este apartado retomamos el estado actual del debate público en torno a las sexualidades a la luz de la mediatización

de la discusión sobre el proyecto de Interrupción Legal del Embarazo presentado por la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito, en Argentina. Aunque la proximidad de los hechos solo nos permite trazar algunas líneas de análisis que serán desarrolladas próximamente, entendemos que la emergencia de esta discusión renueva nuestras observaciones en torno a la vinculación compleja entre programas de espectáculos, sexualidades, VDG y política.

Si la "prepotencia" de las acciones políticas feministas en general y de las militantes de la Campaña, en particular, permite vislumbrar la pronta sanción de una Ley largamente pospuesta y sostenidamente reclamada por el movimiento social más dinámico en el país, cabe recordar que hace apenas seis meses este estado de situación era inimaginable.

El 1° de febrero de 2018, el conductor de uno de los programas de espectáculos más importantes de Argentina ofreció la pantalla de su programa para debatir sobre aborto. Lo hizo después de varios días de acusaciones cruzadas entre actrices y periodistas en torno a la definición de "feminismo" y luego de haber invitado a participar del ciclo a periodistas con reconocida trayectoria en la militancia feminista[5]. Ante la observación que hicieron sobre las resistencias de los programas de TV a darle espacio a la agenda de las mujeres en general y a la discusión sobre aborto en particular, Jorge Rial, el conductor en cuestión, propuso hacerlo en su propio horario. Lo cierto es que, pese a la fecha -plenas vacaciones de verano-, al horario de exposición y a tratarse de un programa "menor", la propuesta se propagó como un auténtico reguero de pólvora, encontrando en la relación entre Twitter y TV una dinámica de mutua retroalimentación- que permitió instalar en pocas horas el tema en boca de todos y todas.

5. A los pocos minutos del anuncio en TV, varias cuentas de referentes del feminismo replicaron la iniciativa.

Es evidente que el desafío de Jorge Rial encontró terreno fértil para potenciar las voces de un movimiento social muy movilizado, que comenzaba por esos días a organizar las actividades correspondientes a la evocación del 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer, pero también una audiencia permeable a una discusión que había sido esquivada sistemáticamente por la clase política argentina.

La pregunta en cuestión es por qué el conductor de un programa de chimentos decide convertir su confortable living en ágora y cuánto tuvo que ver el propio carácter “menor” de su programa en la propagación masiva de la temática.

Lo evidente es que, lejos de ser una ocurrencia repentina, esta decisión aparece como corolario de un proceso tal vez no planificado pero sostenido: la instalación en la palestra de múltiples conversaciones en torno a las sexualidades. Tanto Intrusos como muchos otros programas de entretenimiento y espectáculo y magazines televisivos, constituyeron durante la última década escenarios de demandas de derechos relativas a géneros y sexualidades. En sus platós no solo se debatió extensamente durante el proceso de sanción de las leyes de Matrimonio Igualitario e Identidad de Género sino que se pusieron en cuestión un amplio conjunto de regulaciones de la organización sociosexual de la vida social: para mencionar algunas que no han sido abordadas a lo largo del artículo pueden incluirse las maternidades y paternidades -subrogación de vientre, familias homo y monoparentales-; desigualdades de género en el cumplimiento de obligaciones económicas y gestión del cuidado; modalidades de acoso laboral y brechas salariales en el trabajo artístico, entre muchas otras (Justo von Lurzer, 2017).

Por otra parte, la mediatización de la discusión en torno a la Interrupción Voluntaria del Embarazo, da cuenta de la persistencia e impacto de fenómenos que habíamos descripto en relación a la VDG. A saber: la importancia de las historias de vida

como estrategia argumentativa de contacto (caso Ana María Acevedo; caso Muriel Santana; caso Flor de la V); la vinculación afectiva que generaron las celebrities (incluyendo difusos límites entre actrices y personajes) y la imposibilidad para los miembros de la farándula de mantenerse al margen de la discusión. Si la politización del espectáculo se intuía en años anteriores, la discusión sobre aborto la tornó evidente y fundamental para el desarrollo que tomaron los acontecimientos.

Consideraciones finales

Nos disponemos a cerrar este artículo a días de la discusión definitoria en el Senado de Argentina sobre la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo. Si bien esta discusión particular era inimaginable cuando diseñamos este Proyecto de Investigación, los procesos llevados adelante y los hallazgos obtenidos hasta el momento permiten, como hemos tratado de demostrar, repensar las vinculaciones entre espectáculo y esfera política.

Quedan muchas aristas para investigar, que probablemente se resignifiquen a la luz de estos acontecimientos: por una parte, el modo en que la agenda de derechos es pensada desde la producción de estos programas; por otra, la circulación de contenidos e interpretaciones en el triángulo TV, redes, audiencias.

Algo, sin embargo, resulta indiscutible. Ha sido desde los márgenes de la producción televisiva, así como desde los márgenes del espectáculo, pero también desde los márgenes de las formas tradicionales de hacer política, que las voces protagónicas, anteriormente marginales, lograron imponer su agenda en el centro de la mirada de la TV y sus audiencias.

Referencias bibliográficas

Boczkowski, P. y otros (2017): “Las noticias más leidas. ¿Qué leé, qué mirás, qué clikeás?” disponible en *Revista Anfibia*. http://www.revista-anfibia.com/ensayo/lees-miras-clickeas/

Borda, L.; Camusso, M.; Justo Von Lurzer, C.; Rovetto, F. y Spataro, C. (2017): Los programas de espectáculo dan para todo... Recepción y experiencia de las audiencias en torno a temas de género, sexualidades y derechos. Argentina. Buenos Aires. En *Congreso. XIII Jornadas Nacionales de Historia de las Mujeres. VIII Congreso Iberoamericano de Estudios de Género. UBA,* UNQ.

Camusso, M. y Rovetto, F. (2015): #Ni una (imagen) menos. Imágenes, apropiaciones y circulación en las redes sociales. En Cingolani, G y Sznaider, B. (comp.). *Nuevas mediatizaciones, nuevos públicos. Cambios en las prácticas sociales a partir de las transformaciones del arte y los medios en la red*. Rosario: UNR Editora.

Castro, J. C. R., Villanueva, C. F., y Bilbao, R. D. (2011): Las emociones que suscita la violencia en televisión. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (36), pp. 95-103.

Faulkner, E. y MacDonald, G. (2009): Victim No More: Women’s Resistance to Law, Culture, and Power. Nova Scotia: Fernwood Publishing Co.

Fernández-Romero, D. (2008): Gramáticas de la publicidad sobre violencia: la ausencia del empoderamiento tras el ojo morado y la sonrisa serena. *Feminismo/s* 11, junio 2008, pp. 15-39.

Gámez-Fuentes, M. J. (2012): Sobre los modos de visibilización mediático-política de la violencia de género en España: consideraciones críticas para su reformulación. Obets: *Revista de Ciencias Sociales 7* (2), pp.185-213.

Gámez-Fuentes, M. J. (2013): Re-FramingtheSubject(s) of GenderViolence”, Peacereview: *A Journal of Social Justice 25,* pp. 398-405.

Gámez-Fuentes, M. J. y Núñez-Puente S. (2013): Medios, ética y violencia de género: más allá de la victimización. *Asparkia 24*, pp. 145-160.

Laudano, C. N. (2010): Visibilidad mediática de la violencia hacia las mujeres: continuidades y cambios en Argentina (1983-2009). Derecho y Ciencias Sociales.

Spataro, C. (2018): "Abajo el Feministómetro". En *Revista Bordes. Universidad Nacional de José C. Paz*. URL: http://revistabordes.com.ar/abajo-el-feministometro/ (Consultada 18-05-18).

Wang, Tricia (2016) Por qué Big Data necesita Thik Data? En *Revista Digital Medium.* https://medium.com/@triciawang/por-qu%C3%A9-big-data-necesita-thick-data-fbbe11dfb088 (consultada junio 2018).

Objeto, objetos, corpus, sistemas. Lo que se deshace y lo que hacemos cuando analizamos discursividad en la crisis de mediatizaciones contemporánea

Objeto, objetos, corpora, sistemas. O que é desfeito e o que fazemos quando analisamos a discursividade na crise das midiatizações contemporâneas

Gastón Cingolani

IIEAC - UNA

gastoncingolani@gmail.com

Mariano Fernández

Idhics/Conicet - UNA - UNLP

marianofc81@gmail.com

Resumen

Los estudios en y de mediatizaciones nos tenían habituados a los siguientes modos de trabajar sobre sistemas de medios: a) un determinado evento es mediatizado por un conjunto más o menos grande de superficies mediáticas que pueden ser reconstruidas; b) un determinado sector de medios construye su

propia identidad (su línea editorial, su vocación, su tono, su lectorado) por semejanza y por diferenciación sistémica con sus competidores; c) dado un estado o momento mediático, se produce un cambio (tecnológico, económico, legal, discursivo) que impacta en las reglas de juego e inaugura la transformación del funcionamiento del sistema. Al analizar procesos de mediatizaciones en el momento actual (el de la incorporación de las redes) los sistemas que antes aparecían como consistentes en estado "natural", estallan y se generan condiciones de funcionamiento interdiscursivo muy difíciles de abarcar de manera completa. En este trabajo, se proponen reflexiones sobre este campo de problemas, sus implicancias epistemológicas y sobre las tensiones y (des) equilibrios metodológicos.

Palabras claves:
Mediatización, Objeto, objetos, corpus, sistemas

Resumo

Os estudos em e de midiatizações nos habituaram às seguintes formas de trabalhar em sistemas midiáticos: a) O evento é mediado por um conjunto mais ou menos grande de superfícies de mídia que podem ser reconstruídas; b) um determinado setor de mídia constrói sua própria identidade (sua linha editorial, sua vocação, seu tom, seus leitores) por semelhança e diferenciação sistêmica com seus concorrentes; c) dado um momento de estado ou mídia, há uma mudança (tecnológica, econômica, jurídica, discursiva) que impacta nas regras do jogo e inaugura a transformação do funcionamento do sistema. Ao analisar processos mediações na presente (o da incorporação das redes) os sistemas que pareciam consistentes em estado "natural", xplodem e geram condições de operação interdiscursivas difíceis de compreender completamente. Neste trabalho, são propostas reflexões sobre este campo de problemas, suas

implicações epistemológicas e sobre as tensões e os (des) equilíbrios metodológicos.

Palavras chaves

Midiatização, Objeto, objetos, corpora, sistemas

Objeto: lo ausente que se repone

En su presentación en sociedad, la Teoría de la Discursividad de E. Verón (1988a) planteaba que para dar cuenta de la *producción social de sentido*, desentrañar un código o sistema de significación subyacente no era un camino posible, tampoco podía separarse el sentido de su materialización, había que tratar con materialidades no necesariamente lingüísticas y no consistía en un problema del orden de las intenciones individuales o subjetivas. Esa misma producción social de sentido, sin embargo, podía provenir tanto de actores individuales como de instituciones colectivas. En ese contexto histórico (década de 1980) los medios masivos no eran solo "materializadores" o vehículos de la producción de discurso de actores o instituciones: eran también ya instituciones en sí mismas, con una vida social reconocida. Sin embargo, en dicho trabajo Verón ponía más el énfasis en la dimensión materializadora de los discursos, que en la del carácter institucional, agentivo, de los medios. No podría leerse allí ingenuidad del autor, ya que hacía más de una década que venía publicando sobre el rol de los medios como actores de la vida social, incluso desde antes de una teoría de la mediatización como un tipo de materialización y socialización de la discursividad. En aquel libro utiliza tres diagramas para hacer visible la *semiosis social*:

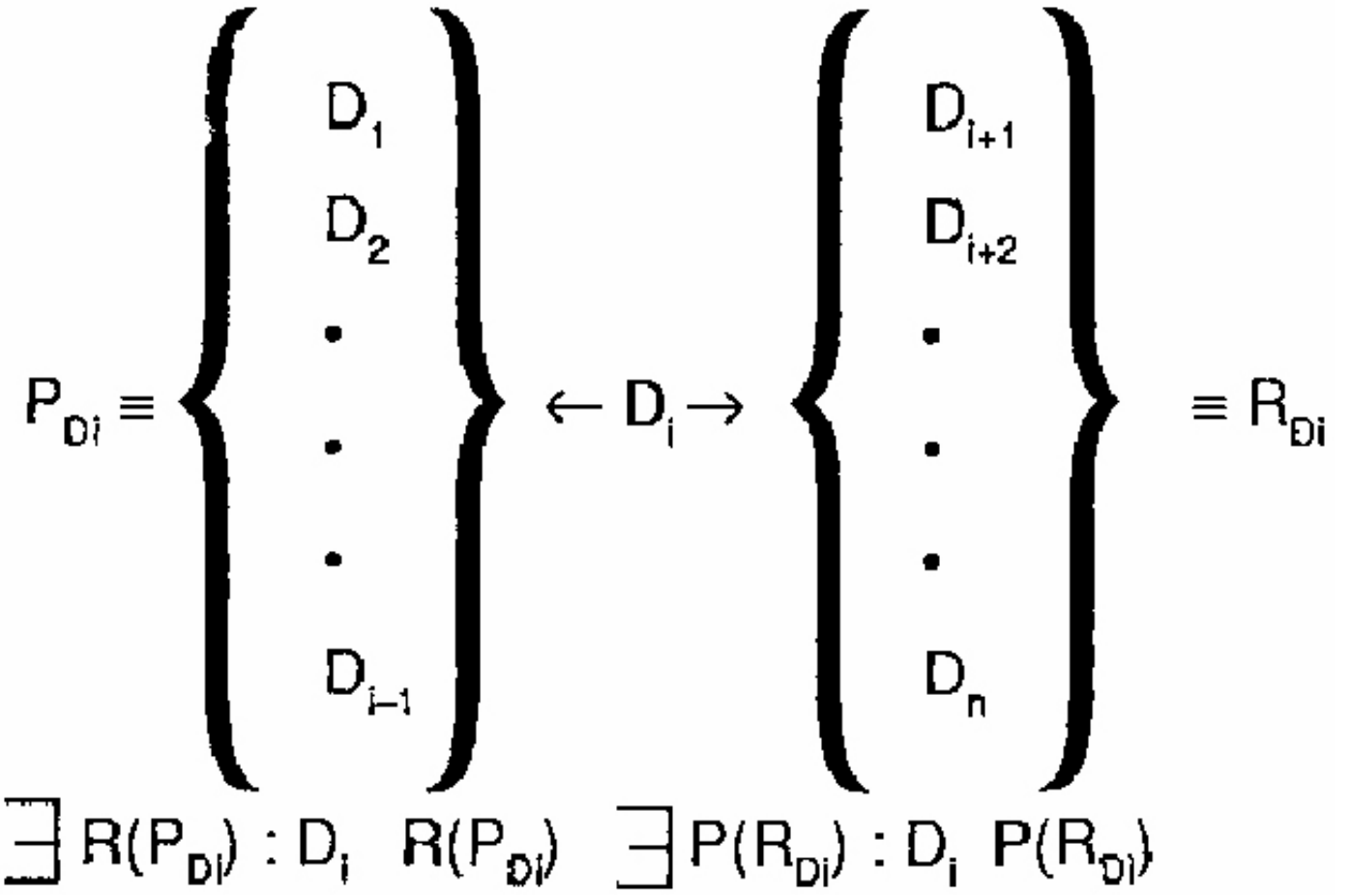


FIGURA 1: Verón, 1988a: 28

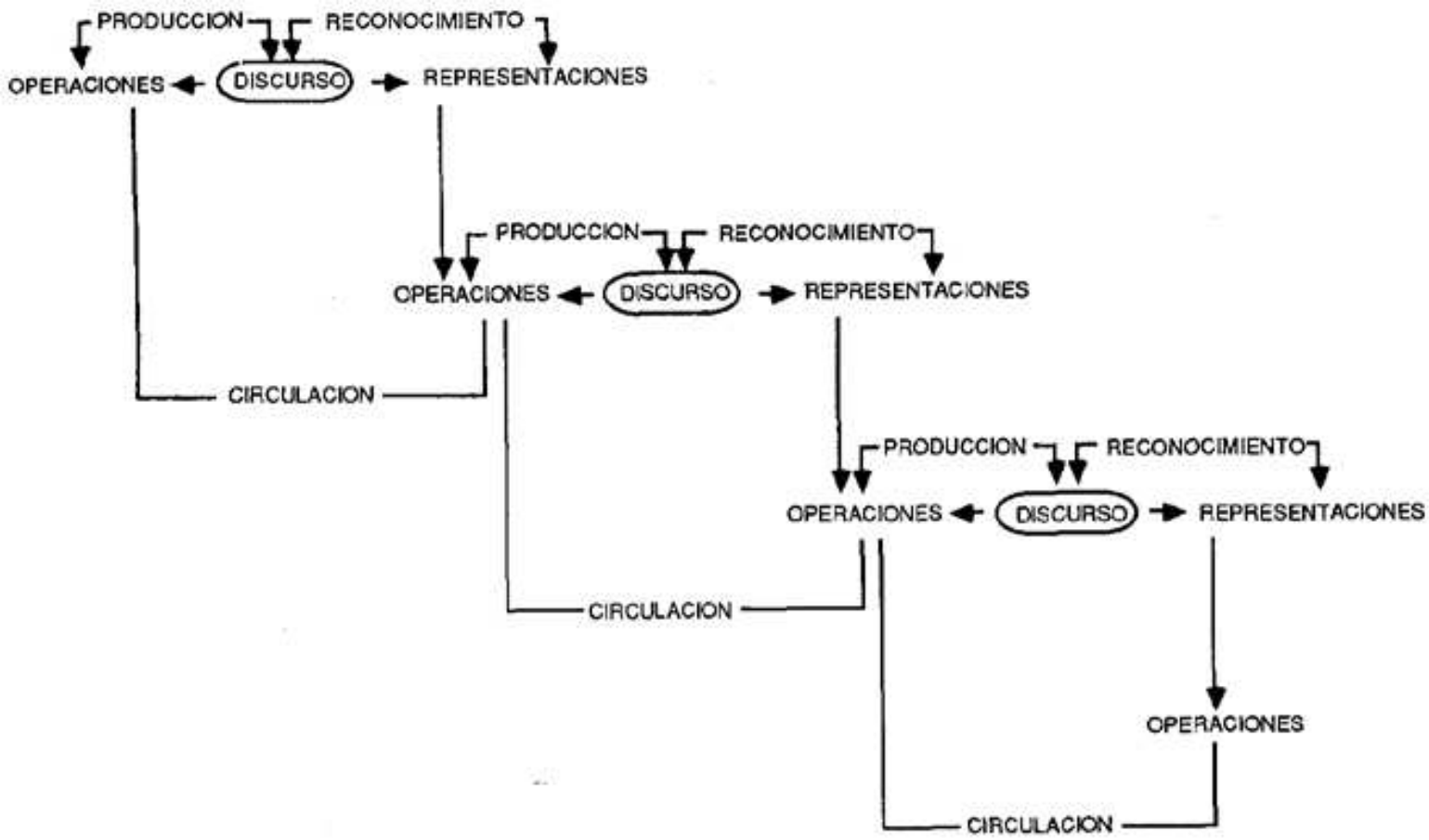


FIGURA 2: Verón, 1988a: 131

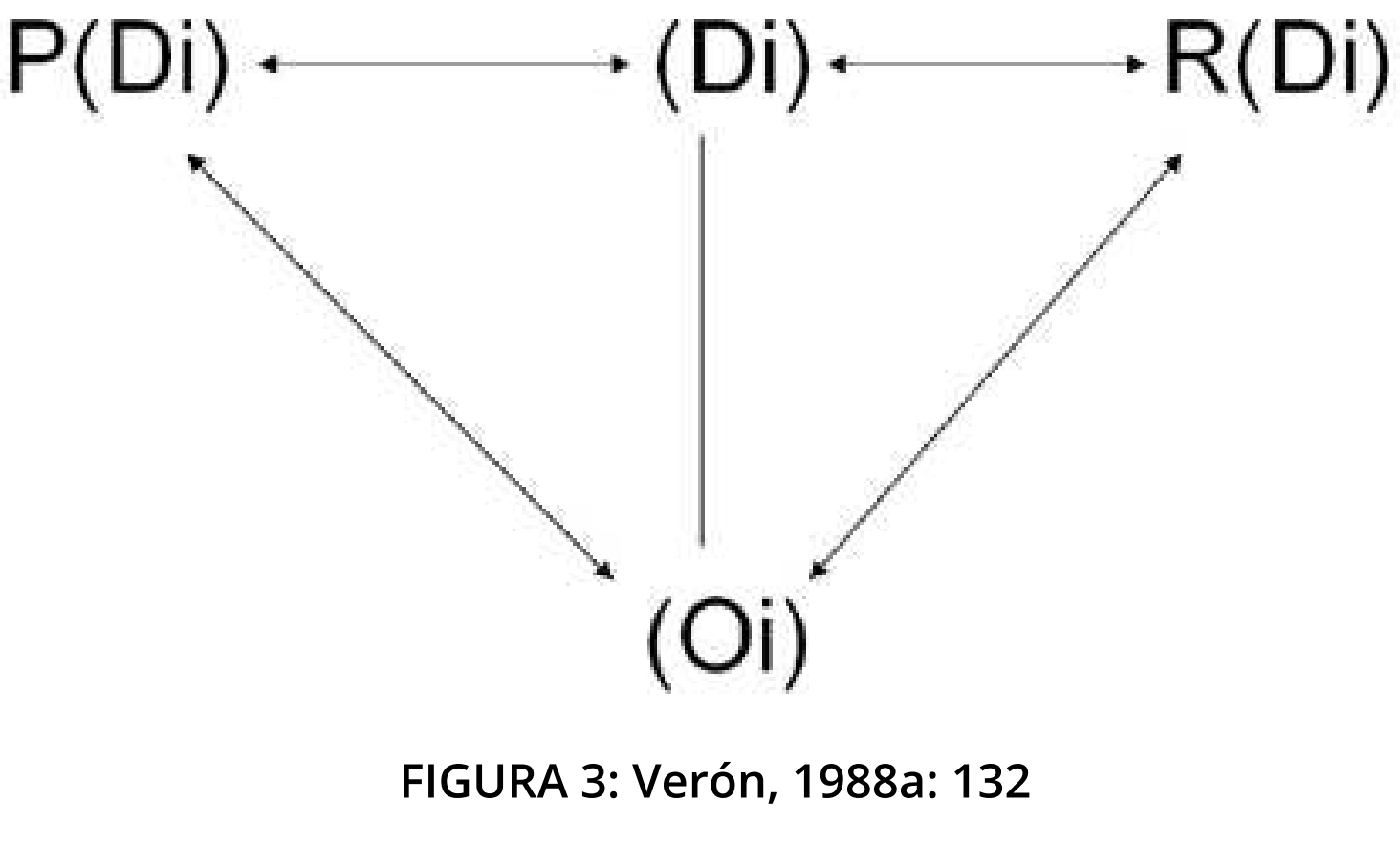


FIGURA 3: Verón, 1988a: 132

Años más tarde, Verón publicaría un trabajo donde problematiza esta diferencia, e incluye un nuevo diagrama:

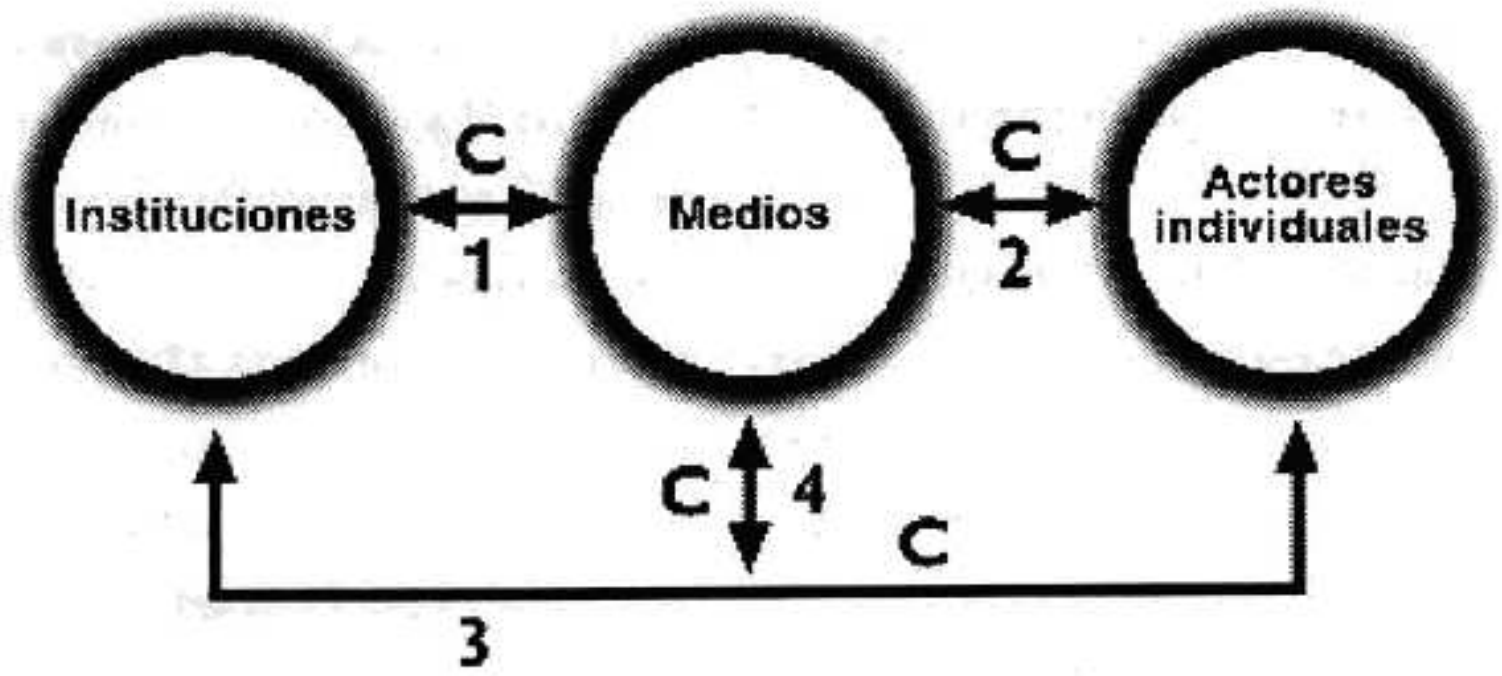


FIGURA 4: Verón, 1997: 14

También utilizó los siguientes diagramas en otros textos:

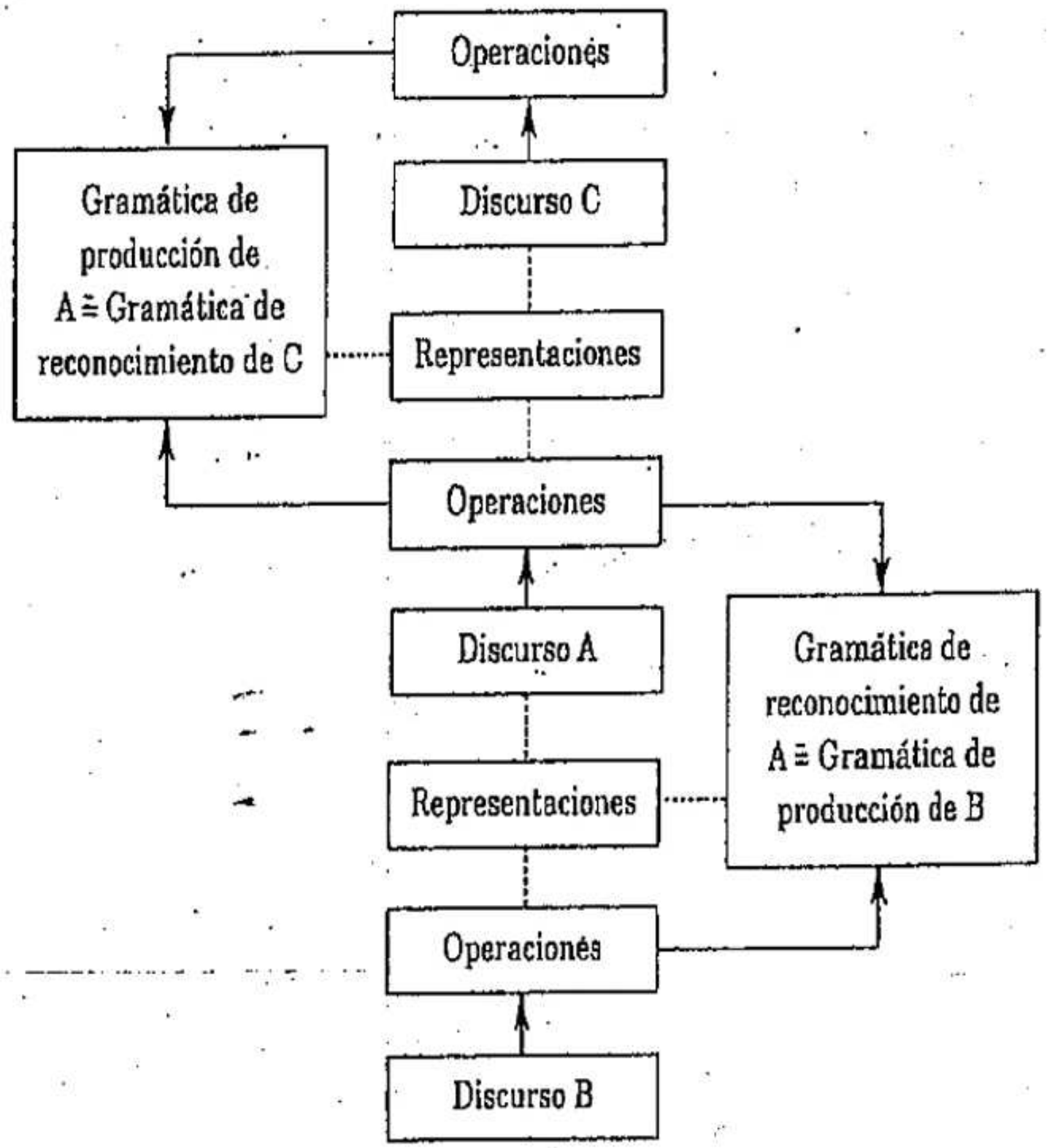


FIGURA 5: Verón, 1979: 141 [2004: 57]

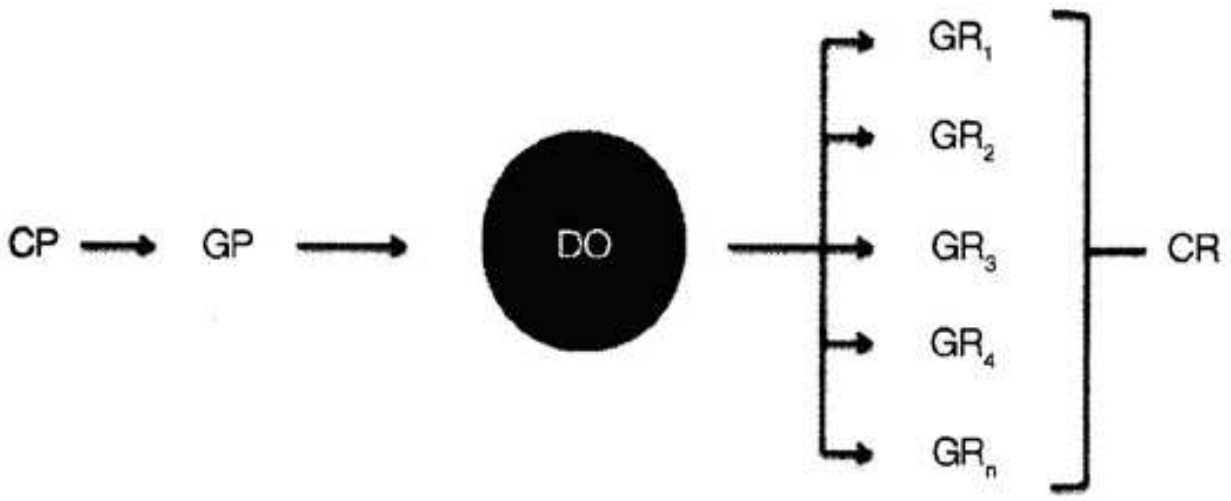


FIGURA 6: Verón, 2013: 293

Por supuesto, todos esos diagramas representaban *relaciones* y *cosas*. La variedad de diagramas no solo obedece a distintos modos de representar las relaciones, sino que también hacen aparecer y desaparecer algunas de las cosas relacionadas. Salvo el de 1997 {figura 4}, los demás representan la semiosis, y entre las cosas que habría evitado, está la de identificar los nodos de esas relaciones con un individuo o una institución (mediática o no). A partir del texto de 1997, la discriminación entre la participación individual en la semiosis, y la participación institucional no solo la consideró, sino que la profundizó hasta su último libro (Verón, 2013). Por el contrario, una de las *cosas* más escurridizas, muy propia de la etapa fundacional de la teoría de Verón sobre la semiosis social, fue la representación del *Objeto*. Va en mayúsculas porque remite a la noción de *Object* de Peirce, como partícipe de una tríada que se completa –en su esquema ternario {figura 3}– por el Discurso y por sus Condiciones (productivas o de reconocimiento). Ese Objeto condensaba, a su vez, dos superposiciones. Por una parte es la que remite a la tríada P-O-D y por otra a D-O-R, siendo –en sus palabras– "indecidible" (Verón 1999: 188) determinar si ambos Objetos son coincidentes o no. Es por esa indecidibilidad que se da otra condensación, la que reúne en un mismo punto, también indeterminable, entre el Objeto inmediato (aquel al que remite el discurso según la "conciencia" del "sujeto") y el Objeto dinámico (aquel que se constituye en el interdiscurso, solo visible en el análisis). Como él mismo explica, (a) el objeto

contenido en P-O-D es un objeto inmediato; (b) el contenido en D-O-R también lo es; (c) es inviable la demostración de que ambos Objetos coinciden, pero lo contrario no deja de ser más que una hipótesis; (d) de esta última se desprende que la diferencia entre ambos Objetos inmediatos expresa al Objeto dinámico (Verón, 1988a: 132-133).

La representación del Objeto y el triadismo visibilizado ya no reaparecerán en ningún otro diagrama publicado.[1] [2]Esa sustracción, pudo deberse a una concepción referencialista del Objeto, como aquello de lo que el discurso habla, lo que le había resultado útil para analizar discurso científico[3] pero, se preguntaba más tarde (1999: 188): "¿Qué podía significar, por ejemplo, en el caso de la comunicación política, donde difícilmente se puede hablar de objeto?".

Para Peirce, el Objeto no se restringe al "tema" de un signo, es decir, no se limita a un tipo de vínculo, el *referencial*: un signo puede remitir a su objeto de otras maneras; en la *indicialidad*, el Objeto no es referente o tema sino fragmento, causa, adyacencia. El propio Verón –que sí abunda en especificidades sobre los otros elementos del esquema: el discurso, sus condiciones, las gramáticas, las operaciones– no hace un uso metodológico de la noción de Objeto, no la transfiere de la teoría a sus dispositivos analíticos. ¿Por qué entonces incluyó al Objeto? ¿Fue solo una concesión teórica al *peirceanismo*?

1. A excepción de dos textos no publicados de dos conferencias, una de 1991 dictada en Gran Bretaña, donde ilustra la incógnita del desdoblamiento del objeto, a partir de un sujeto emisor ("sender"), y otra en Portugal, de 2001, en la que aparecerá el mismo esquema, simplificado.

2. Debemos el "descubrimiento" de esa desaparición a Soto (2018).

3. "Lejos de ser el respondiente aislado del discurso que lo habla, el objeto sólo existe en cuanto tal en y por esa red interdiscursiva. Considerado en su único vínculo con (Di), (Oi) puede ser designado, según la terminología de Peirce, como el *objeto inmediato* de (Di). Insertado en la relación triádica [P(Di)-(O)-(Di)], (O) *es el objeto dinámico, porque si mi objeto "desborda" el discurso que mantengo sobre él, es porque otros discursos han hablado ya de mi objeto*." (Verón, 1988a: 132-133)

Creemos que no. Y proponemos dos hipótesis para abrir la discusión.

(1) El Objeto es el elemento que explicita el dispositivo epistemológico. En primer lugar, asume el rol de invariante inicial en la construcción de la escena analizada. Si se analiza cómo un Discurso es resultante de un proceso de asignación de sentido, que se reconstruye por comparación con (otros discursos presentes entre) sus Condiciones (de producción, de reconocimiento), es necesariamente en función de un *tercer* elemento que esa comparación se hace posible. Ese tercero es el Objeto, que permite calcular las permanencias y las mutaciones, las constancias y las oscilaciones. Ese Objeto puede ser un tema[4], pero puede ser también algo no referencial: un estilo (Cingolani, 2012), prácticas de apropiación y uso de un dispositivo mediático (Raimondo Anselmino, 2012; Busso, 2015), un contrato de lectura (Verón, 1984/2004), la evolución de una disputa política (Fernández, 2016), etc. Si esta hipótesis es aceptable, y el Objeto es parte del dispositivo ternario de la semiosis, la siguiente hipótesis es que:

(2) La reposición del Objeto se da a instancias del analista. Este postula la escena de análisis, compuesta por Discurso, Condiciones, Objeto. Sobre esta escena Verón ha puntualizado que el dispositivo ternario "es constitutivo de la producción de sentido [según] la hipótesis básica de la semiótica de Peirce" (Verón, 1999: 188). Pero, a diferencia de los discursos, el Objeto no está allí fenoménicamente, sino que es lo ausente. ¿Qué lo hace aparecer? En tanto ausencia –naturalmente–, una pregunta. La pregunta del analista es el dispositivo que construye al Objeto. Esa pregunta no está en la acción o en la mente del actor social: para este, su certeza, la confianza en lo real, es lo

4. En el caso de Verón, el modelo de estudio de "construcción del acontecimiento" estaría orientado a cómo un hecho o situación es trabajada por el discurso periodístico (1983), y en sus Fundaciones (1988a: 13-86) proponía algo semejante para el discurso científico.

que hace que el objeto sea lo dado.5 Pero para el analista, el Objeto es su cuestión, su pregunta. Y su pregunta es siempre una mirada sobre el interdiscurso, es decir, no sobre un discurso, sino sobre la discursividad. Es entonces que tenemos que trabajar sobre los objetos.

Objetos: se deshace el fenómeno, aparece lo genérico y sus especificidades

Los *objetos* (con minúscula pero sobre todo en plural) de las investigaciones sociales –por caso: las mediatizaciones– no son el "fenómeno" textual. Este es el soporte y/o resultado de un proceso en red de relaciones a reconstruir. Y este proceso tampoco es algo dado, sino que surge de la pregunta que define un nivel de interés (uno o varios). Por lo tanto, la pregunta que hace surgir al Objeto, se hace sobre una red de relaciones *en algún sentido* o *nivel* de análisis observables sobre los objetos: estos son aquellos discursos que están en alguna relación. Los objetos, como ha venido diciendo la epistemología, se definen o construyen por algún tipo de interrogación, sobre algún nivel o dimensión; y adquieren pertinencia en la medida en que pueden responder a la interrogación postulada. Podemos mencionar dos ejemplos conocidos de interés en el ámbito de las mediatizaciones:

Verón distingue tres niveles de análisis, resultado de aproximaciones empíricas para el estudio del sistema productivo de los discursos mediáticos: *tipo*, *géneros* y *estrategias* (Verón [1988b] 2004: 194-198), y más tarde "no menos de cinco niveles de referencia" para estudiar "las prácticas sociales que organizan las formas de la discursividad": *tipos de discurso*, *so-*

5. Por supuesto, aun sin ser un teórico de la sociedad, el actor social tiene sus propias reflexiones y dudas sobre lo real. En palabras de Culioli (1990), el actor también hace sus operaciones meta-, y es lo que reconoce Luhmann (1984/1998) como la capacidad del nativo de ser él también un observador (de primer orden).

portes tecnológicos, *medios*, *géneros L* y *géneros P* (Verón [1994] 1997: 55).

Por su parte, Fernández estudia las novedades en la evolución de los fenómenos mediáticos, en base a un esquema que desagrega series {FIGURA 6: Fernández, 2008: 33}:

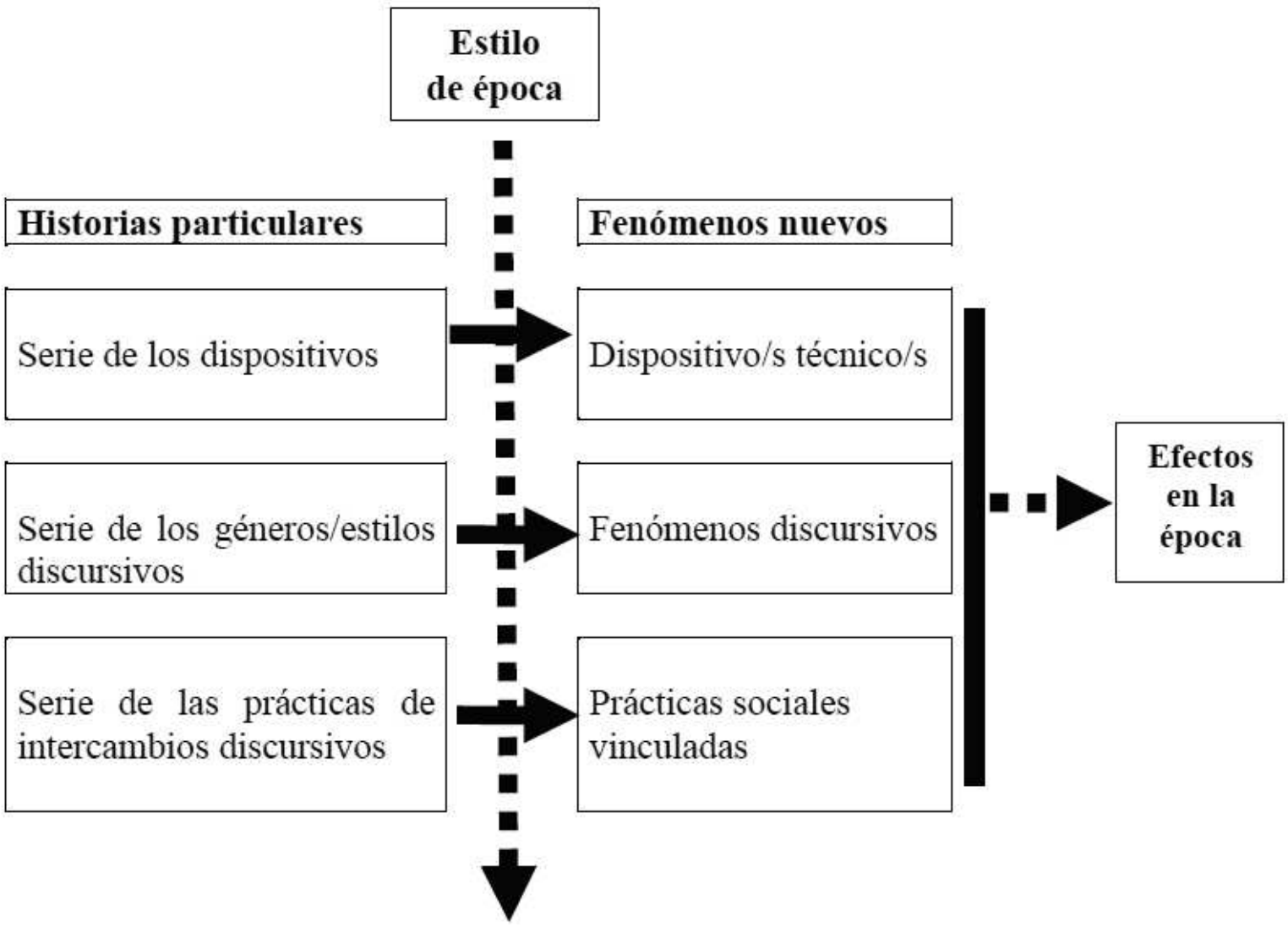


FIGURA 7

Estos esquemas dan forma al Objeto, interrogando a los objetos. Si el Objeto es la intertextualidad surgida de una pregunta, los objetos son además especificados por los niveles o dimensiones que los ponen en relación. Esas dimensiones, y esos objetos, hacen que no sea posible concluir sobre la singularidad: tal epistemología lleva siempre a elaborar resultados generalizantes. La singularidad, por el contrario, se considera o bien error de sesgo, o bien parte de la configuración parcialmente azarosa de la semiosis, como de cualquier proceso social o natural.

Corpus: los conjuntos ya hechos, se nos deshacen

El *corpus* –como unidad mínima de análisis en un sistema de relaciones interdiscursivas– consiste en un agrupamiento de materiales: no se puede trabajar sobre un único elemento individual[6] sino sobre uno entre otro u otros con respecto a los cuales se realiza un contraste o comparación. Ese agrupamiento podrá ser (1) una reconstrucción –ya sea plena o parcial, por ejemplo, cuando se presume o asume un universo mayor, inabarcable o redundante– de algo preexistente, o bien (2) un efecto de conjunto, es decir, un corpus formado *ad hoc*, haya o no tenido una coexistencia o interacción directa previa. En modelos de análisis de los discursos mediáticos implementados por Verón, la opción (1) correspondería con el tipo de la *construcción del acontecimiento* (el estudio en una diversidad de medios de la cobertura periodística de un caso: Verón, 1983) y la (2) con el estudio del *contrato de lectura* (el análisis de las estrategias de producción de una identidad de un medio, o de varios dentro de un territorio en competición, sostenidas en el tiempo, a la búsqueda de fidelización de sus lectores; Verón, 1984, 1985).

Ahora bien, esos dos modelos fueron pensados en plena era de mediatización masiva (primeros años de 1980). Tres decenios más tarde, estamos ante el desafío de repensarlos, por varias condiciones que han cambiado. La principal y más evidente, es que el sistema mediático vio estallado su sistema productivo y de consumo con las redes y la convergencia digital. Esto comporta un aspecto “cuantitativo” y otro “cualitativo”, para decirlo a la antigua.

Con respecto a lo cuantitativo, alguna vez la escasez fue un desafío para los historiadores de los medios, que debieron trabajar, a propósito de un mundo distante en el tiempo, con el obs-

6. Ahora no en el sentido de *singular* sino de un único texto.

táculo del poco resguardo de materiales que en su momento eran descartados, debiendo reconstruir ese universo que ya era originalmente disperso y escaso. La masividad produjo un salto en las cantidades pero simultáneamente aportó una mejora en las prácticas de archivo y colección de medios (los registros sonoro, fotográfico, audiovisual, articularon tecnologías con políticas de la memoria mediática), lo que facilitó en algún punto las tareas. Sobre el fin del último siglo, podría decirse que se estaba ante un momento ideal de organización de corpus... justo cuando irrumpió la digitalización de los dispositivos y su explosión en redes, que descentralizó y llevó a niveles exponenciales sus producciones. Ahora nuestro problema no es la escasez sino la sobreabundancia. ¿Problema cuantitativo para la organización de corpus? Sí, pero no únicamente. También un problema cualitativo: la facilitación tecnológica es melliza siamesa del hecho de que el universo de los discursos mediatizados se volvió –visto con optimismo– inabarcable, si no –mirado más sensatamente– inimaginable. En este mismo Coloquio, se ha reflexionado sobre la *relativa* facilidad de recuperación de materiales, y la nada relativa dificultad de que con ello se deba elaborar un corpus (Gindin y Busso, 2018). En los corpus del tipo (2) los conjuntos y sus resultados son solo de laboratorio, con relativo derecho a reclamar algo más que semejanza parcial con lo que sucede en el mundo. Pero la posibilidad de que el corpus del tipo (1) sea representativo está siendo, en algunos casos, directamente ciencia ficción: ¿con qué criterio construir representatividad si no sabemos dónde toca fondo el universo? Ahí surge el problema de los sistemas.

Sistemas: medios, redes, públicos: ¿lo deshecho se rehace como totalidad?

Una mirada rápida a la historia de las mediatizaciones nos muestra que no es con las plataformas digitales multimedia que aparece el problema de la *cantidad* en la producción de

discursos mediatizados. En cambio, lo que hasta ahora no habíamos presenciado era una tal magnitud de discursos producidos de manera simultánea por individuos y accesibles públicamente. Por eso, el estudio de las condiciones productivas de los discursos sociales mediatizados, el del funcionamiento de un fragmento de las "redes sociales" o el estudio de las relaciones entre "redes" y "medios", debe convivir con el desafío de la conceptualización como estrategia de articulación entre lo micro y lo meso, y de lo meso con lo macro.

¿Cómo pensar, entonces, las condiciones de funcionamiento interdiscursivo en la era actual de las mediatizaciones? ¿Cómo darle un orden, una intelección, a la cantidad? ¿Y cómo darle un orden que nos permita estudiar procesos de *producción de sentido*, más allá y más acá –o bien, junto a– el análisis computacional y la visualización gráfica del funcionamiento de un momento determinado en una red social?

Sin ahondar en consideraciones teóricas, podemos acordar en que la pregunta por "los sistemas" está orientada a comprender funcionamientos regulares generales que no son aprehensibles por vía de la observación directa, a partir de rasgos o elementos accesibles para el observador. Esto a su vez permite darle un orden a las observaciones.[7] La hipótesis de que lidiamos con sistemas nos permite –parafraseando a Luhmann– "reducir complejidad": el conjunto –heteróclito, diverso, pero que aun así tiende a producir regularidades– de la

7. Parsons (1968:464) afirma que "'Sistema' es el concepto alrededor del cual todas las teorías sofisticadas en las disciplinas que aspiran a la conceptualización generalizante deben ser organizadas. Esto es porque cualquier regularidad de relaciones puede ser mejor entendida si se toma en cuenta el complejo de múltiples interdependencias de la cual forma parte". También Rapoport plantea algo similar: "Acepto la definición de Sistema como: a) algo que consiste en un conjunto (finito o infinito) de entidades; b) entre las cuáles un conjunto de relaciones puede ser especificada, de modo que; c) pueden realizarse deducciones desde algunas relaciones a otras, o desde las relaciones entre entidades al comportamiento o la historia del sistema" (Rapoport, 1968: 458).

discursividad circulante es remitido a ciertas lógicas estructurantes. Cuando estudiamos discursos mediáticos, lo que nos interesa es lo que esos discursos tienen para decirnos de la especificidad de "los medios". Esa hipótesis, también, habilita generalizaciones: si existe un funcionamiento sistémico –sea que este se ubique en el nivel de la *institución* o en el nivel del *código*– entonces podemos dar por seguro que dada una observación regular en un fragmento del funcionamiento de ese sistema, podemos proyectar que ese mismo funcionamiento se replicará en otros fragmentos de ese mismo sistema.

En el caso de los medios de comunicación su caracterización como "sistema" puede pensarse según dos variantes. Una, que podemos llamar *no-teórica*, es la que aparece cuando es necesario regular el funcionamiento económico, legal, propietario, de las organizaciones de medios. Allí, un "sistema de medios" refiere a un conjunto de organizaciones que asumen para sí tareas similares y que mantienen algún tipo de relación entre sí (de competencia económica, de mutua observación para la construcción de agendas, etc.).

La otra variante, *teórica*, es la que resulta de la aplicación de alguna versión de la teoría de sistemas. Cuando se caracteriza a los medios (masivos) como "sistema" se están poniendo en juego al menos dos ideas superpuestas. Por un lado, una hipótesis histórica, referida a procesos de diferenciación social (Hallin y Macini, 2004: 75-76). Por el otro, la conformación de un conglomerado institucional –con sus normas, sus reglas, sus recursos– que asume para sí funciones específicas, que otras instituciones no pueden realizar.

De esta concepción se pueden distinguir, a su vez, dos perspectivas. Una, es la de, por ejemplo, Alexander (1981). Desde el punto de vista del funcionamiento del sistema social, en una sociedad moderna y diferenciada, los medios son un sustituto funcional del grupo concreto de contacto, un sustituto para el encuentro, ahora imposible, con el todo. Los medios pro-

ducen patrones simbólicos que crean un tejido invisible de la sociedad en el nivel cultural. Producen integración, aunque una integración de tipo particular. Esta diferenciación de los medios de comunicación es un proceso de desarrollo paralelo a los "clásicos" casos de diferenciación que han sido tradicionalmente foco de atención, la emergencia de un mercado económico autónomo, de un estado independiente, de religiones y actividades culturales independientes. Institucionalmente (y podríamos decir, políticamente), los medios trabajan sobre dos funciones necesarias que otros sistemas (sea el político, el legal o el religioso) no pueden aportar:

> *Debe ser claro que la diferenciación de los medios de noticias es básica para una legitimidad no tradicional, en tanto esta "regula" continuamente las acciones de gobierno de acuerdo según compromisos y valores más generales producidos por grupos intelectuales y culturales. (Alexander, 1981: 24)*

Otra perspectiva es la de Luhmann (2000). En su teoría, los sistemas no son totalidades relacionales, sino diferencias. La tesis de Luhmann es que cuando hablamos de medios de comunicación de masas, nos enfrentamos a un efecto de la diferenciación por funciones de la sociedad. En este sentido, se trata de un "comportamiento especialmente propio" de la sociedad moderna. Para Luhmann los medios forman un sistema social diferenciado cuya función principal es "dirigir la autoobservación del sistema de la sociedad", y por lo mismo, esa función consiste "en la permanente producción y procesamiento de las estimulaciones –y no en la difusión del conocimiento, ni su socialización, ni la educación orientada a producir conformidad con las normas" (2000: 139-140). Desde este punto de vista, los medios son los principales productores de comunicación a escala social.

La concepción de los medios de masas como un sistema social diferenciado, implica, al mismo tiempo, un principio teórico y una explicación evolutiva. Conceptualmente, para Luhmann

un sistema no consta de un determinado número de partes y de relaciones entre las partes sino que se constituye –en un proceso que es histórico– por la generación de "una cantidad de diferencia operativamente utilizable entre sistema y entorno" (1985: 32). De este modo, "las partes" de un sistema, no lo son porque dependan para su funcionamiento del vínculo con otras partes y por eso con la totalidad, sino porque operan, en su diferencia con el entorno (sean los sistemas psíquicos, sean otros sistemas) de acuerdo a un código propio: en el caso de los medios de masas, *lo informable/lo no-informable*. La pregunta, entonces, es cómo una práctica asentada en el uso de una tecnología que, originalmente, apuntaba a acortar distancias, se convierte en sistema diferencial.[8]

Los medios de masas, en esa evolución, se definen en términos de su dimensión técnica, primordialmente por su capacidad de escindir la interacción y la copresencia, pero su función social queda definida por su orientación a la producción de "realidad" que los mismos activan (2000: 2-6). Si bien, los tres tipos de medios producen comunicación a escala social, la categoría de medios de masas es transversal. En tanto que medios de difusión (escritura, impresión, telecomunicaciones), no hacen sistema, sino que operan técnicamente sobre la improbabilidad del alcance, y se dirigen a enlazar operaciones en relación a los sistemas psíquicos (individuos). Solo cuando orientan su funcionamiento según una distinción propia de autorreferencia / heterorreferencia (es decir, cuando generan un código propio de relación con sus entornos) los medios de difusión hacen sistema. Es decir, en la teoría de Luhmann no hay determinismo tecnológico, porque "no todo lo que es condición de posibilidad de las operaciones de un sistema [en

8. Para Luhmann, se trata de un "logro evolutivo". En ese sentido, desde el punto de vista de la evolución, Luhmann (1984: 153) distingue cuidadosamente lenguaje, medios respecto de medios de difusión, y respecto de medios de comunicación simbólicamente generalizados, cada uno de los cuales es un logro evolutivo en respuesta a tres tipos de improbabilidades: entendimiento, alcance y éxito, respectivamente.

este caso, las tecnologías, desde la imprenta en adelante] llega a ser parte de su secuencia operativa" (2000: 5). Agreguemos, entonces, sin que Luhmann lo diga, que lo que finalmente desencadena la emergencia del sistema medios masivos es que entre producción y reconocimiento solo hay reenvíos al interior del sistema: la "realidad" (por un lado) y los "receptores-individuos" (por el otro) se procesan como entornos.[9]

Pero la historia de los medios no puede pensarse como un proceso lineal de diferenciación. La emergencia de las plataformas digitales, en particular, aquellas del tipo *Social Network Sites*, y más específicamente aquellas que, como Facebook y Twitter, tienen incidencia directa sobre la circulación y el consumo de información periodística, muestran que el proceso de diferenciación, si no reversible, es por cierto no lineal, ni está asegurado.

La pregunta por los "sistemas mediáticos" entonces es, hoy, la pregunta por la relación entre "los medios" y las "redes", pregunta que es la revisión necesaria del esquema –sociológico– de la mediatización, porque obliga a repensar no solo los funcionamientos –sistémicos, institucionalizados– sino el estatuto de los "actores" de la comunicación pública: los medios, las instituciones no-mediáticas, los individuos, los colectivos y... ¿las redes?

Asumamos que los medios pueden pensarse como sistemas abiertos, autopoiéticos y cerrados en sus operaciones y que

9. Para Luhmann, los sistemas de funciones se identifican como *unidad* en el nivel de su código (por tanto, mediante una diferencia primaria); en cambio, se *diferencian* respecto del entorno, en el nivel de sus programas. La diferencia entre *codificación y programación* equivale, en la reflexión del sistema, a la diferencia entre identidad y diferencia. La formación y la cuota de diferenciación todavía soportable de los programas depende de la especificidad de los sistemas de funciones y de las condiciones sociales de su proceso de diferenciación. En el caso de los medios, una vez que el sistema incorpora comunicación (a partir del código *información/no información*) esa comunicación es organizada en programas (entretenimiento, información) y en temas (es decir, como agenda).

son el resultado (históricamente contingente, pero socialmente necesario) de un proceso histórico. ¿Qué son las redes? ¿Son "nuevos" medios en el sentido de que constituirían "nuevos" sistemas? ¿Son las *redes* "sistemas"? ¿En qué consistiría su carácter sistémico? ¿Cómo ubicarlas en una concepción evolutiva de la diferenciación social? ¿Cuál es la función que las distingue? ¿Sobre qué código procesan la realidad? ¿Se pueden considerar como una instancia de autoobservación de la sociedad?

Estamos frente a un problema de *observación*, es decir, de la posición del observador. Las preguntas que nos formulamos son válidas quizás *solo* para quienes se interesan en las redes *desde* los medios. Si las plataformas digitales se pueden concebir como "micro-sistemas" (en su individualidad) o como un "ecosistema" (por la interoperabilidad existente entre ellas)[10] lo cierto es que no está claro que sean un "sistema": ni como totalidad relacional, ni como sistema autopoiético definido por la capacidad de procesar la información del entorno según un código propio (por caso, lo *informativo/no informativo*; lo *justo/injusto; valor/no valor*, etc.).

Una opción para abordar este problema es variar alternativamente el punto de vista; tenemos que pararnos, primero, desde el punto de observación de *los medios*; luego, mirar los

10. La conceptualización de las "redes" es un típico caso de distanciamiento entre los rótulos pre-teóricos, ampliamente difundidos y de aceptación consuetudinaria, y la caracterización teórica. Van Dijk (2012) las define al mismo tiempo como "plataformas" y como "micro-sistemas". En el primer caso, si dejamos de lado la arquitectura computacional, se trata de "espacios políticos e infraestructuras performativas" (Van Dijk, 2012: 54). Como plataformas son sistemas *multimodality* (Fernández, 2017), pero incluso así son irreductibles a sus usos mediáticos. Con el término "micro-sistema" la investigadora holandesa pretende definir un rasgo dominante de la socialidad on-line: la interconectividad de las diversas plataformas. Así, la totalidad de las plataformas constituirían un "ecosistema de medios conectivos", que nutre y a su vez se nutre de normas sociales y culturales que pasan por un proceso de evolución simultáneo dentro del mundo cotidiano (Van Dijk, 2012: 43).

medios desde las redes. He ahí un buen problema de investigación. Y sus preguntas, entonces, podrían ser estas: ¿qué son las *redes* para *los medios*? Esto es, ¿cómo tratan –procesan, incorporan, editan– los medios (concebidos como instituciones) la información que recuperan de las plataformas digitales? Y a la inversa: ¿qué son *los medios* para *las redes*[11]? Es decir, ¿cómo circulan, son tratados, incorporados, compartidos, hablados, los contenidos que "los medios" producen?[12]

Como no tenemos a mano una teoría que nos permita integrar todos los elementos que hay en juego[13], y como ni siquiera conviene que nos ilusionemos con una respuesta plausible, podemos permitirnos tantear, sin ortodoxia, a partir de algunas herramientas analíticas de las que nos hemos servido hasta hace no mucho tiempo.

Una hipótesis: si nos paramos en posición de analizar cómo son observadas "las redes" desde los "medios", lo que encontramos es el fenómeno de la observación de segundo y tercer orden. Las plataformas digitales, desde esta perspectiva, vinieron a ofrecer una respuesta a la pregunta que moviliza a

11. Esta forma de plantear las preguntas presenta una trampa semántica, o sea conceptual: mientras que "los medios" (o un medio, cualquiera sea) puede ser reducido a una semántica agentiva (puede ser personificado, tratado como un sujeto), las redes no. Porque Twitter es una plataforma, pero no un sujeto colectivo; lo mismo vale para Facebook.

12. Ya se han formulado algunas respuestas en este sentido. Por ejemplo, Mario Carlón plantea que "desde el punto de vista de la mediatización lo primero a atender es que, más allá de las sociedades mediática (moderna) y mediatizada (posmoderna) la contemporánea en que vivimos es una sociedad hipermediatizada (Carlón, 2015). Esto quiere decir que ya no vivimos con un sistema mediático, el de los medios masivos, sino con dos, al haberse sumado el que tiene base principalmente en Internet". Si la caracterización es útil para producir análisis de la circulación discursiva que Carlón denomina "ascendente" (2015), en cambio, plantea muchos interrogantes cuando se trata de producir criterios para *comparar* esos sistemas.

13. Una muestra de esta dificultad es la estrategia analítica adoptada por José Van Dijk en su libro sobre la "cultura de la conectividad"; allí, la investigadora holandesa toma elementos de la teoría del actor red (TAR) propuesta por Bruno Latour y elementos de la economía política de la comunicación.

todo sistema social (político, de medios, empresas), y en particular al sistema político y al sistema de medios: *¿qué hay del otro lado*? En las "redes" los "medios" pueden observar cómo los "sistemas socio-individuales" observan (a la sociedad, a un fragmento de la realidad, a otros sistemas "socio-individuales" e incluso a sí mismos) y cómo los observan a ellos.[14] Las redes funcionan, entonces, como "entorno", y más precisamente, como el "entorno de lo público".

Para aclarar esto quizás sea necesario un breve repaso por la teoría de la opinión pública de Luhmann (2009). Según Luhmann, "lo público" (que en su teorización, integra *espacio público y opinión* pública) surge de una diferenciación interna del sistema político en el siglo XVIII. Pero como tal, no constituye un "sistema", sino un límite interno. Por un lado, ningún sistema puede ir más allá de sus límites. Por el otro, debe reconocer un lado externo, ya que de otra manera no podría experimentar los límites como límites, no podría reconocerse como unidad diferenciada ni sus operaciones como propias. Lo público se ubica entonces en los límites externos de los subsistemas sociales, pero en el límite interno al sistema sociedad. En este sentido, se trata de un concepto que describe "el lado inaccesible del otro", pero desde donde se perciben estímulos. Luhmann aquí hace una reducción (o, si se prefiere, una elección) sobre uno de los campos semánticos que históricamente estuvieron ligados a lo público: el de la imprevisibilidad, el de la imposibilidad de un control sobre aquel que está "del otro lado". Retirado del campo semántico de la política, "lo público" así reflexionado se vuelve un concepto aplicable a todos los sistemas de funciones de la sociedad: "el mercado sería entonces el entorno interno económico de las empresas e interacciones de la economía; la opinión pública, el entorno interno político de las organizaciones e interacciones políticas"

14. Un ejemplo de cómo funciona esa mutua observación, aunque no esté caracterizada en el marco conceptual de la teoría de sistemas, puede encontrarse en Carlón (2012).

(2000:149). En cualquier caso, el centro de gravedad de la discusión sería el siguiente:

> *Contra todo lo que la tradición piensa, lo público no es garantía de un conocimiento validado, ni qué decir que sea una especie de cosecha de la razón. Más bien lo público es precisamente el símbolo de opacidad que se crea cuando lo que se comunica es justamente algo traslúcido (2009: 308)*

Si "el público" encuentra su lugar en la topografía social como diferenciación interna del sistema político, "lo público" expresa más bien la dificultad para aprehender qué es lo que hay del otro lado y para controlar los efectos de las operaciones del sistema en el entorno. En rigor, los límites del sistema no pueden ser transgredidos desde el punto de vista operativo, pero cada sistema reflexiona sobre ese hecho, es decir, reflexiona sobre el entorno. Cuando el sistema reflexiona que desde fuera es observado, sin que pueda constatar cómo y quién, se aprehende él mismo como observable en el medio de lo público (Luhmann, 2000:149).

Este planteo es fácil de comprender cuando se piensa en la relación entre el sistema político y la opinión pública, o entre el sistema político y el sistema de medios. Los medios –que, para el caso, son una variante políticamente efectiva pero estadísticamente no representativa de la opinión pública– fueron, hasta ahora, un lugar privilegiado de auto-observación del sistema político, porque devuelven una mirada exterior que se supone también efectiva sobre los individuos[15]. De modo que, para el sistema político, los medios podían "resolver" dos pro-

15. Retomando lo que Davison denomina "efecto de tercera persona", Michael Schudson (1998) explica que "la fuerza de los medios estriba en la idea que sostienen los expertos y quienes toman las decisiones de que el público en general está profundamente influido por los medios (...) El atractivo político que poseen los medios se basa menos en su capacidad de torcer las ideas que en su pericia para convencer a las elites de que las ideas populares pueden torcerse" (1998: 334).

blemas de observación: es una comunicación hecha pública en la que se presupone la expresión de una opinión pública. De ahí, también, una vertiente del poder de influjo de los medios sobre la consideración de los políticos y de las organizaciones políticas.

Las redes –en la versión que aquí nos interesa, es decir, como instancias de puesta en circulación, o de recirculación y redireccionamiento, de información pública relevante para la vida comunitaria– vinieron a desorganizar ese esquema. Por varias razones, una de ellas central: hasta ahora, pese a la *creencia* contraria, era realmente opaco cómo otros sistemas sociales (y, principalmente, los sistemas socio-individuales) reaccionaban ante los discursos mediáticos. Y así, multiplican la operación de observación de la observación, y allí caen no sólo "la política", sino también "los medios".

Las redes, entonces, devuelven –en tiempo real y con expresiones individualizadas– un momento del funcionamiento de ese "entorno de lo público". Individuos observando individuos que a su vez observan instituciones y se auto-observan. ¿Hay allí un sistema? La pregunta –y la respuesta– sólo son útiles, en principio, como reconocimiento de que hay, allí, un problema sociológico: como bien lo muestran las modelizaciones estadísticas y las visualizaciones de datos, hay un salto irreductible entre la percepción individual de la navegación en las plataformas digitales, y lo que puede observarse cuando se integran millones de datos y meta-datos. Solo allí emerge algo así como una "red" social (o muchas redes sociales simultáneas, que es lo que en rigor son Facebook y Twitter).

Sin embargo, persiste irresuelta la cuestión de si es posible remitir cualquier fragmento estudiado –la conversación política a propósito de un caso político resonante (Calvo, 2015), la circulación de un discurso desde las redes a los medios y entre las redes y los medios (Carlón, 2015), la configuración de una agenda "mediática" por fuera de los medios pero con capaci-

dad de incidir sobre ellos (Aruguete y Calvo, 2017), el estudio de las cuentas institucionales de los jefes de Estado (Gindin, 2015, Slimovich, 2016)– a un funcionamiento sistémico.

Como no tenemos respuesta, más vale volver sobre el modelo teórico que nos ha servido de guía para esta reflexión. ¿Cómo son definidos, en la Teoría de la Discursividad, los polos de la circulación del sentido? ¿Cuál es el estatuto –sociológico- de la producción y el reconocimiento? En *La Semiosis Social* (1988a), Verón plantea que la unidad mínima del análisis es un "sistema de relaciones" en entre un discurso y sus condiciones (de producción o de reconocimiento). No hay, allí, concepción sistémica, sino un salvoconducto metodológico: "sistema" refiere a invariantes y a relaciones no contingentes, al menos en relación al producto que buscan explicar: si las relaciones fueran otras, el producto sería otro. Hay un aspecto importante a señalar: en la formulación inicial, la hipótesis de Verón es que el conjunto PD_i (condiciones de producción de un discurso *i*) es un conjunto finito, enumerable, mientras que las condiciones de reconocimiento son un conjunto abierto (1988a: 28). Lo que ordenaba (como límite a la proliferación de factores) la búsqueda era la naturaleza temporal de la semiosis: es imposible saber, de antemano, qué lecturas se harán, o se seguirán haciendo de un discurso, y por lo tanto, las variaciones en las condiciones del reconocimiento.

Sin embargo, en el capítulo 6, dedicado a presentar el análisis de *lo ideológico* y el *poder,* el planteo de Verón asume que en ambos casos, en las condiciones productivas, están implicados los *mecanismos de base del funcionamiento de la sociedad.* Mecanismos de base: otra salida elegante, pero ambigua. Esos mecanismos pueden ser económicos, políticos, legales, morales… y podemos suponer que se anclan en funcionamientos institucionales –el mercado o el modo de producción, el sistema político, el sistema jurídico, las costumbres– aunque Verón no lo desarrolla.

En *La Semiosis Social, 2* (2013), en cambio, Verón recurre a la teoría de sistemas de Niklas Luhmann para desarrollar una hipótesis que, él mismo lo advierte, había dejado sin respuesta o explicación en su formulación inicial. Dice Verón: "*el esquema del desfasaje producción/reconocimiento presupone que en ambos polos de la circulación están operando lógicas cualitativamente distintas*"; 2013: 294). Frente a esa hipótesis, la respuesta –que no desarrollaremos– es que, de un lado de la circulación –en las condiciones de producción– hay dispositivos institucionales y del otro lado –del reconocimiento– hay sistemas socio-individuales. Pero como tanto los sistemas sociales como los sistemas socio-individuales son sistemas de comunicación,[16] la diferencia no estaría en la lógica de las operaciones sino en el estatuto de las entidades. En las plataformas mediáticas que llamamos "redes sociales", ese estatuto es variable: hablan instituciones (la cuenta de una organización mediática, por caso) y hablan individuos (un periodista que pertenece a esa organización, por ejemplo) pero sin que unas y otros puedan integrarse, como ocurre cuando un periodista (ese mismo periodista) publica un artículo firmado en un medio (en ese medio). La pregunta, entonces, es: ¿cuáles son los dispositivos institucionales que operan en el funcionamiento de las redes? ¿Son las propias redes un dispositivo institucional? ¿O son, como lo sugerimos, la materialización más compleja de lo público como entorno de los sistemas sociales (incluidos los sistemas socio-individuales) que haya conocido la humanidad?

Referencias bibliográficas

16. Una sola aclaración es necesaria: en este capítulo, Verón plantea un problema, lo reflexiona con ayuda de Luhmann, pero plantea, sobre el final, una objeción importante: mientras para Luhmann los sistemas sociales operan con comunicación y los sistemas psíquicos con "conciencia", Verón cree que las operaciones puestas en juego en producción y en reconocimiento son isomórficas; de ambos lados de la circulación, entonces, no hay lógicas cualitativas distintas –lo cual contradice su hipótesis; de ambos lados hay "comunicación", es decir, selectividad coordinada. La diferencia no está en la lógica de las operaciones sino en el estatuto de las entidades que se ubiquen en los polos.

Alexander, J. (1981). The mass news media in systemic, historical and comparative perspective. En Katz y Szcsko (eds): *Mass Media and Social Change.* Londres. Sage.

Busso, M. (2015). *Los emigrantes argentinos y la construcción discursiva de sus identidades: un análisis de la prensa gráfica y de los foros de Internet (2001-2005)*, Tesis de Doctorado en Comunicación Social, *Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales*, Universidad Nacional de Rosario.

Calvo, E. (2015). *Anatomía política de twitter en Argentina. Tuiteando a #Nisman*. Buenos Aires, Capital Intelectual

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 y Scolari (comps.) *La política de los internautas.* Buenos Aires, La Crujía.

Carlon, 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?, en *Palabra Clave*, 18(4), 1111-1136. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.4.7

Cingolani, G. (2012). A midiatização da figura presidencial: espaços, estratégias e transições. En *Transformações da midiatização presidencial. Corpos, relatos, negociações, resistências*, Fausto Neto, A., Mouchon, J. y Verón, E. (orgs.), São Caetano do Sul, Difusão Editora, pp. 53-67.

Culioli, A. (1990). Representation, referential processes, and regulation. En *Pour une linguistique de l´énonciation. Opérations et représentations*. Tomo 1, Paris: Ophrys, 177-213.

Fernández, J. L. (2008). Introducción. La construcción de lo radiofónico: modos de producción de la novedad discursiva. En J. L. Fernández, *La construcción de lo radiofónico*, Buenos Aires, La Crujía.

Fernández, J. L. (2017). “Las mediatizaciones y su materialidad: revisiones”. En Busso, M. y Camusso, M. (eds.) *Mediatizaciones en tensión: el atravesamiento de lo público*. UNR Editora, Rosario.

Fernández, M. (2016). *En su lugar y en su nombre. Disputas por la representación en el espacio público mediatizado. La gestión de colectivos en la prensa gráfica durante el conflicto del campo en Argentina (marzo-julio 2008)*, tesis doctoral, Doctorado en Ciencias Sociales, FHCE, Universidad Nacional de La Plata. http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/59263

Gindin, I. (2015). Como presidenta, como militante y como ser humano: CFK en 140 caracteres, en *Letra. Imagen. Sonido L.I.S. Ciudad Mediatizada* Año VII, # 13, Primer semestre 2015 Buenos Aires. Págs. 141 a 152

Gindin, I. y Busso, M. (2018). Investigaciones en comunicación en tiempos de big data: sobre metodologias y temporalidades en el abordaje de redes sociales, *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, no15. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica y Universitat Jaume I, 25-43. DOI: http://dx.doi. org/10.6035/2174-0992.2018.15.3

Hallin, D. y Macini, P. (2004). *Comparing media systems. Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Luhmann, N (2008). *La política como sistema*. México. Universidad Iberoamericana.

Luhmann, N. ([1984]1998). *Sistemas sociales*. *Lineamientos para una teoría general*. México: Anthropos.

Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*. México: Anthropos.

Parsons, T. (1968). Social Systems. En Sills, David (Editor) *International Encyclopedia of the Social Sciences*. Vol. 15. MacMillan.

Raimondo Anselmino, N. (2012). *La prensa online y su público. Un estudio de los espacios de intervención y participación del lector en Clarín y La Nación*, Buenos Aires, UAI-Teseo.

Rapoport, A. (1968). Systems analysis: Social Systems. En Sills, D. (Ed.) *International Encyclopedia of the Social Sciences*. Vol. 15. MacMillan.

Schudson, M. (1998). ¿Es trucha o hamburguesa? Política y telemitología, en Veyrat-Masson (comp): *Espacios públicos en imágenes.* Barcelona: Gedisa.

Slimovich, A. (2014). El discurso macrista en twitter. Un análisis sobre la campaña para la reelección del jefe de gobierno de Buenos Aires, en *Revista de Estudios Políticos y Estratégicos*, Vol. 2 (1): Universidad Tecnológica Metropolitana. pp. 8-27. ISSN 0719-3688.

Soto, M. (2018) Silhouettes ternaires. Les représentations de la notion de semiosis sociale, en *Communication & Langages*, 198, PUF (en prensa).

Van Dijk, J. (2016). *La cultura de la conectividad*. *Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI, Buenos Aires.

Verón, E. (1983). *Construir el acontecimiento*, Barcelona, Gedisa.

Verón, E. (1984). Quand lire c'est faire: l'énonciation dans le discours de la presse écrite, *Sémiotique II*, París, Institut de Recherches et d'Etudes Publicitaires, 33-56 [Verón, E. (2004). Cuando leer es hacer: la enunciación en la prensa gráfica. En *Fragmentos de un tejido*, Barcelona, Gedisa, pp. 171-188.

Verón, E. (1985). L'analyse du 'contrat de lecture': une nouvelle méthode pour les études de positionnement des supports presse. En *Les médias. Experiences, recherches actuelles, applications*, París, Institut de Recherches et d'Etudes Publicitaires, pp. 203-230.

Verón, E. (1988a). *La semiosis social*. *Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona : Gedisa.

Verón, E. (1988b). Presse écrite et théorie des discours sociaux: production, réception, régulation. En *La presse. Produit, production, réception*, París: Didier Erudition, pp. 11-25 Verón, E. (2004) Prensa gráfica y teoría de los discursos sociales: producción, recepción, regulación. En *Fragmentos de un tejido*, Buenos Aires: Gedisa, pp.193-212.

Verón, E. (1991). Communication processes: an epistemological tangle, *BT Communications Conference*, Brighton, conferencia inédita.

Verón, E. (1994). De la sémiologie de l'image aux discursivités. Le temps d'une photo, *Hermès*, nº 13/14 : 45-64. [Verón, E. (1997). De la imagen semiológica a las discursividades. El tiempo de una fotografía. En Veyrat-Masson, I. y D. Dayan, *Espacios públicos en imágenes,* Barcelona: Gedisa, pp. 47-70]

Verón, E. (1997). Esquema para el análisis de la mediatización, *Diálogos de la comunicación*, n° 48, Lima, FELAFACS, pp. 9-16.

Verón, E. (1999). Ponerse de costado. En *Efectos de agenda*, Gedisa, Buenos Aires-Barcelona, 187-189.

Verón, E. (2001). Les publics entre production et réception: problèmes pour une théorie de la reconnaissance, Cursos de Arrabida, Portugal, conferencia inédita.

Verón, E. (2013). *La Semiosis Social, 2. Ideas, Momentos, Interpretantes*. Buenos Aires, Paidós.

Referencias electrónicas

Aruguete, N. y Calvo, E. (2017). Una voz imposible de callar. ¿Dónde está Santiago Maldonado?, publicado en Revista Anfibia. Disponible en http://www.revistaanfibia.com/ensayo/una-voz-imposible-callar-donde-esta-santiago-maldonado/. (Consulta realizada el 10 de octubre de 2017).

El Diseño Universal como facilitador de ciudadanía

Design Universal como facilitador da cidadania

Lic. Viviana Marchetti - CIM - UNR
marchetti.viviana@gmail.com

Dra. Analía Brarda - UNR -UAI
abrarda@gmail.com

Mg. Karen Kuschner - UAI
kuschnerkaren@gmail.com

Lic. Ezequiel Viceconte - CIM-UNR-UAI
ceviceconte@gmail.com

Arianna Piccioni - UNR
aripiccioni@gmail.com

Guillermina Durando - UNR
guillermina.p.d@gmail.com

Resumen

En este artículo se busca definir el papel que juegan las estrategias de diseño en la construcción de comunicaciones para usuarios diversos. En este sentido, se propone reflexionar sobre los componentes del discurso visual a partir de diferentes campos de análisis, haciendo hincapié en las necesidades y dificultades que encuentran las personas con discapacidad visual y adultos mayores en la navegación por los sitios webs de las páginas de turismo analizadas en la investigación:

“Niveles de accesibilidad a la información web para personas con discapacidad visual. Estudio comparativo de los destinos turísticos de la región litoral Argentina”[1].

Palabras - clave

Accesibilidad Web, Diseño Universal, Estrategia, Turismo Accesible - Tecnologías de la información y la comunicación

Resumo

Este artigo procura definir o papel desempenhado pelas estratégias de design na construção de comunicações para diversos usuários. Nesse sentido, propõe-se refletir sobre os componentes do discurso visual, a partir de diferentes campos de análise, enfatizando as necessidades e dificuldades encontradas pelas pessoas com deficiência visual e idosos em navegar nos sites das páginas de turismo. Analisado na pesquisa: “Níveis de acessibilidade a informações da Web para pessoas com deficiências visuais. Estudo comparativo dos destinos turísticos da região litorânea da Argentina”[2].

Palavras - chave

Acessibilidade Web, Design Inclusivo, Estrategia, Turismo Accessível - Tecnologias da informação e comunicação

1. EL PID *“Niveles de accesibilidad a la información en la web para personas con discapacidad visual. Estudio comparativo de los destinos turísticos de la región litoral de Argentina”*. IPOL 257 (2016 -2017) está integrado por Viviana Marchetti, Analía Brarda, Karen Kuschner, Inés Laitano, Ezequiel Viceconte, Guillermina Durando y Arianna Piccioni.

2. La accesibilidad Web significa que personas con algún tipo de discapacidad van a poder hacer uso de la Web. En concreto, al hablar de accesibilidad Web se está haciendo referencia a un diseño Web que permite que estas personas puedan percibir, entender, navegar e interactuar con la Web, aportando a su vez contenidos. La accesibilidad Web también beneficia a otras personas, incluyendo personas de edad avanzada que han visto mermadas sus habilidades a consecuencia de la edad. Fuente: Introducción a la Accesibilidad Web,W3C.

Afirmar que la dimensión estética de las estrategias de contacto de las páginas web de los destinos turísticos de la Argentina es un componente esencial a la hora de configurar un contrato visual con sus usuarios, es indiscutible. Sin embargo, centrarse solamente en esta dimensión resulta insuficiente o inadecuado a la hora de evaluar la calidad de estas páginas desde la perspectiva de la accesibilidad y usabilidad, no solo para los usuarios en general sino para aquellos navegantes con discapacidad.

En el marco de nuestra temática de investigación -la accesibilidad web[3] a las ciudades puertas[4] del litoral argentino- la accesibilidad nos genera interrogantes en tanto reconocemos que si bien existe un importante desarrollo de la promoción de destinos turísticos a través de las pantallas (en páginas webs, redes sociales, etc.), el mismo deja por fuera al colectivo de personas con discapacidad visual (de ahora en más PcDV), ya sean ciegos o personas con "baja visión"[5], en tanto esta información vía pantalla no se ofrece en formatos accesibles.

Frente a ello, la mayoría de los ciegos y de las personas con dicapacidad visual grave recurren al uso de lectores de pantalla: "softwares que permiten la utilización del sistema operativo y las distintas aplicaciones mediante el empleo de un sintetizador de voz que "lee y explica" lo que se visualiza en la

3. Se consideran ciudades puerta a aquellas que constituyen ingresos estratégicos a determinadas áreas de la región, y que cuentan con adecuado desarrollo de infraestructura en comunicación.

4. http://accesibilidadweb.dlsi.ua.es/?menu=lectores
Algunos de los lectores de pantalla más utilizados son el JAWS y NDVA que operan bajo entorno Windows.

5. Michel De Certeau plantea el concepto de "escamoteo" haciendo referencia a la reivindicación de las prácticas del más débil como tácticas que posibilitan espacios de libertad dentro de un sistema hegemónico. En referencia a este escrito, las personas con discapacidad se valen de "escamoteo" como manera de burlar el orden establecido. Desde esta perspectiva el consumo será una práctica de producción invisible, hecha de ardides y astucias, a través de la cuales las personas con discapacidad se apropian y re-significan el orden dominante.

pantalla."[6], en tanto las personas con discapacidad visual moderada suelen seguir accediendo al contenido de las pantallas a través de la vista, con graves dificultades para una comprensión total del mismo. En este sentido, se hace imprescindible precisar qué transformaciones semióticas imponen los lectores de pantalla a los contenidos de naturaleza icónica con sus consecuencias en los sentidos que los usuarios interpretan en recepción, así como identificar los principales obstáculos que el despliegue de contenidos en pantalla presenta a los usuarios con discapacidad visual moderada.

Los usuarios que utilizan lectores de pantalla acceden al contenido web de manera diferente a las personas con acceso visual a las pantallas, ya que el primer contacto de estas últimas es una exploración visual de la página simultáneamente en todas las direcciones, a través de bloques o columnas organizados de modo tal que ayudan a entender la lógica del diseño del sitio en cuestión de uno o dos segundos, no sucediendo lo mismo con un usuario que debe utilizar atajos de teclado.

Este último colectivo no puede analizar la totalidad de una página web con tanta inmediatez ya que el contenido web deviene un texto exclusivamente oral de obligada recepción lineal y sucesiva. Como sostienen los investigadores de la Universidad de Alicante J.Martínez y M.Monserrat-Gauchi (2016) "el primer contacto es a través del sonido del título seguido de la lectura de cada elemento de texto en el orden que aparece en el código fuente del documento" lo que impide la recepción holística y global y acarrea un proceso cognitivo del contenido de la página diverso al que efectúan los usuarios videntes. Sin embargo, como estos mismos investigadores han comprobado, esto no impide que los usuarios de lectores de pantalla gene-

6. Este Principio de Accesibilidad Web refiere a que el contenido del sitio debe poder ser interpretado de forma fiable por una amplia variedad de aplicaciones de usuario actuales y futuras, incluyendo ayudas técnicas.

ren tácticas para acceder con mayor rapidez al contenido web que el implícito en el software que rige el funcionamiento de dichos lectores.

Así, aun cuando el orden de lectura es lineal, los usuarios de lectores de pantalla tienen muchas formas diferentes de desplazarse a través del contenido pudiendo escamotear[7] la linealidad del orden propuesto: “Los usuarios son más propensos a escuchar toda una página si no están familiarizados con un sitio y si el contenido es muy importante para ellos, pero la mayoría de las veces tratan de encontrar lo que buscan lo más rápido posible. Los encabezados, las búsquedas en las páginas y las listas de enlaces (o pasar de un enlace a otro con el tabulador) están entre los métodos más comunes utilizados para encontrar el contenido rápidamente” (Martínez, y Monserrat-Gauchi, 2016)

Nuestra investigación / nuestra propuesta

Una vez establecido qué son los lectores de pantallas, sus implicancias semióticas y cognitivas para sus usuarios y las formas en la que éstos se apropian de los mismos, a veces alterando su diseño informático, pasaremos a explicar en qué consistió nuestra investigación multidisciplinaria al respecto y qué propuestas de reformas de páginas webs de turismo se plantean en vista de su accesibilidad a las personas con discapacidad visual.

7. Consideramos que el ambiente tecnológico-social que promueve el diseño universal está directamente relacionado con las Tecnologías para la Inclusión Social, considerándolas a estas como “Una forma de diseñar, desarrollar, implementar y gestionar tecnología orientada a resolver problemas sociales ambientales. A su vez [...] generan -o al menos intentan darle soporte material- a dinámicas políticas y económicas de inclusión social y desarrollo sustentable” (Thomas, H; Juárez, P; Picabea, F, 2015)

1. Los porqués y el desarrollo de nuestra investigación

Desde la perspectiva de la comunicación visual, para que los usuarios puedan acceder a la información a través de los lectores de pantalla es necesario que los sitios webs cuenten con una programación informática y un diseño que respete variables que faciliten su navegación.

Los lectores de pantalla aunque robustos[8], no pueden sustituir completamente la experiencia visual; sin embargo, existen modos de compensar estas "limitaciones" tanto desde el desarrollo como del diseño del sitio web. En este sentido, la accesibilidad web funciona como la accesibilidad arquitectónica. No es lo mismo un sitio pensado desde el paradigma del diseño universal que un sitio "adaptado" a posteriori. No es lo mismo una casa proyectada accesible que aquella a la que deben hacérsele adaptaciones para salvar los obstáculos físicos que presente.

Es por ello que para el análisis de los sitios web nos situamos desde el paradigma del "diseño universal", lo que implica una visión holista en el diseño de pantallas, productos, entornos y servicios atendiendo a la idea de la diversidad humana, edades y habilidades.

Nuestra mirada como docentes y ayudantes alumnos del diseño, la comunicación y el turismo y técnicos de la Secretaría de Turismo Municipal con recorridos que vinculan estas temáticas con las tecnologías, nos convocó a interrogarnos acerca del papel del diseño en la construcción de comunicaciones para usuarios diversos. Nos propusimos reflexionar sobre los componentes del discurso visual, a partir de diferentes cam-

8. Para no generar este tipo de ruido indeseado, se debe evitar asentar bloques de texto sobre tramas o imágenes.

pos de análisis, atendiendo no solo a las posibilidades y limitaciones de los lectores de pantalla, sino también a las necesidades de las personas con baja visión (entre las que se cuentan muchísimos adultos mayores) que no utilizan estos softwares.

La investigación sobre la accesibilidad a los sitios web de las ciudades puertas del litoral argentino, nos permitió reconocer comunicaciones digitales que no estaban centradas en el usuario. Esto nos obligó a rever los componentes del discurso visual de los sitios web, pensándolo a partir de las premisas del diseño universal.

Cercanamente relacionado con el Diseño Social, esta perspectiva postula en una primera aproximación que "todo diseño realiza una acción sobre la sociedad, que va mucho más allá de aquello para lo que fue creado. Pero esa acción no es necesariamente consciente, y a eso lo llamo - siguiendo algunas líneas sociológicas- el efecto latente." (Ledesma, 2017). Bajo esta línea de pensamiento, ya no se ve el proceso de diseño (proyectualidad) bajo una lógica dicotómica sujeto-sujeto, sino que se empieza a pensar en forma abductiva, en proceso doble de divergencia-convergencia, bajo una lógica situacional, logrando trascender lo objetual, para pensar procesos de diseños aplicados a actores conformados por los sujetos, las técnicas y las tecnologías.[9]

El diseño se transforma en una situación dialéctica, *"un tejido sin costuras, como el lugar en el cual se articulan, el lugar en el cual negocian todos los saberes que tienen que ver con el hábitat humano"* (Ledesma, 2017). El diseño universal, de hecho, promueve el empoderamiento de los distintitos actores sociales, ampliando la frontera de las autonomías de cada en uno en

9. Una herramienta utilizada con el propósito de corroborar que los contrastes sean accesibles es Contrast-A, un simulador de paletas de colores que va mostrando el nivel de accesibilidad en cada caso e inclusive permite visualizar cómo vería una persona con alguna discapacidad (deuteranopia, protanopia, tritanopia, entre otros)

consonancia con las relaciones singulares que establecen con el contexto. En su sentido filosófico, la autonomía designa la independencia del deseo que logra la voluntad y por consiguiente la capacidad de determinarse de acuerdo con la ley de la razón (Abbagnano, 1974: 126). En tanto racional la autonomía supone la independencia del sujeto para elegir (Arfuch, Chaves, Ledesma, 1997: 50).

El concepto de autonomía como capacidad racional entra en colisión con el funcionamiento de las Tics cuando sus interfaces y contenidos no presentan condiciones de accesibilidad, ya que la libertad de elección de un usuario con limitaciones de los órganos de la visión, es ficticia.

Desde la perspectiva del turismo, podemos afirmar que la falta de accesibilidad a la información turística de los destinos no sólo pone en evidencia el desconocimiento de las ventajas que produce la accesibilidad web y el turismo accesible[10], sino que además vulnera el derecho a la comunicación y al turismo. Además, beneficia a un colectivo de usuarios, invisibilizado en el mercado, pero con una incidencia cada vez mayor en el PBI turístico (personas con discapacidad y adultos mayores) por el aumento de los índices de vida de la población.

Ante la compleja operación semiótico-cognitiva que implican las interacciones de los sujetos con las pantallas y la inestabilidad/volatilidad de nuestro corpus producto de la actualización de los sitios, radicalmente diferentes a las puestas en pantalla actuales, es que se hizo un corte del relevamiento en noviembre de 2016, dejando de esta manera, 16 de 20 ciudades propuestas para el análisis. Esto se dio debido a que los cuatro restantes no poseían datos suficientes para ser evaluadas. Posteriormente al relevamiento varios sitios de los que sí

10. Los contrastes más accesibles con blanco como fondo son: negro sobre blanco, rojo sobre blanco y verde sobre blanco. Si el fondo cambiase de color, los contrastes más accesibles podrían ser amarillo sobre negro, blanco sobre rojo y blanco sobre azul.

pasaron por el protocolo de accesibilidad web cambiaron su diseño. Es por este motivo fue necesario que cada informe resultado del protocolo tuviera una fecha estipulada para poder anclar la muestra a esas condiciones específicas.

Desde el punto de vista metodológico nos centramos en el análisis del *Home* de la muestra seleccionada para cada sitio; y se consideraron dos páginas adicionales correspondientes a alguno de los servicios que brindan las ciudades puerta y que poseían características de diseño y funcionamiento similares al *Inicio*.

Decidimos, a los fines de la investigación, construir una grilla de relevamiento en base al diseño tradicional, para analizar los componentes del mensaje visual y trabajamos con aquellas variables recurrentes en las páginas web de turismo como las imágenes, los sonidos, la tipografía y el color, insertos en la arquitectura de la página. Esto nos condujo a la necesidad de pensar en la sostenibilidad del sitio para que la estructura líquida de las pantallas no perdiera, en su constante devenir, las condiciones de accesibilidad. Por lo cual, se procedió a la elaboración de un nuevo protocolo de accesibilidad apoyado en el diseño universal.

La articulación de hacer-ver, hacer-leer y hacer-saber (Arfuch, Chaves, Ledesma, 1997) fueron las categorías en las que nos centramos para garantizar el derecho a la comunicación. Trabajamos los modos de componer y articular los elementos integrantes del discurso visual, de modo de organizar formas de lectura que eliminen la posibilidad de ruido para el software (lector de pantalla) y con ello permitan un desplazamiento ágil por el sitio.

2. Sugerencias para la optimización de los sitios web. Una imagen NO vale más que mil palabras.

Desde la perspectiva de los usuarios de lectores de pantalla esta afirmación es válida. ¿Cómo se describe una imagen? ¿Se

reduce su polisemia a una interpretación subjetiva de la misma? ¿Cómo procede el lector de pantalla ante las imágenes?

De hecho, los lectores de pantalla no pueden describir las imágenes. La única manera que un software puede transmitir su significado es mediante la lectura de texto en el código de programación (etiquetas o *tags*) que sirve como un sustituto o alternativa para esa imagen, o mediante un epígrafe que haga el anclaje. Si se opta por este último procedimiento la imagen no deberá estar etiquetada, a fin de que el lector de pantalla pueda obviar el *tag*. Su ventaja evidente reside en poder generar una descripción correcta de la imagen que intente transmitir lo esencial y evitar ambigüedades o equívocos.

Si nos trasladamos ahora a la problemática de las personas con visión reducida que se enfrentan visualmente a sitios webs, aquí lo que debe buscarse es que las imágenes tengan buena definición, planos cortos y cumplan una función más ilustrativa que informativa, reafirmando y acompañando al texto, no aportando mucha novedad, a los fines de no generar incertidumbre en los observadores.

Algunos de los recursos para dar asistencia o mejorar el contacto de las personas con baja visión se vinculan fuertemente con las condiciones de las imágenes y textos que aparezcan en los sitios. Primeramente, es necesario que se presenten imágenes estáticas ya que todas aquellas en movimiento (como videos y animaciones) generan una pérdida en el enfoque y en el tamaño de la imagen retiniana percibida por el usuario. A su vez, los colores tienen que tener alto contraste para que se puedan diferenciar correctamente los elementos de cada foto. En el mismo sentido, se recomienda que la composición se realice siempre enfocando algo en particular ya que todo aquello que queda fuera de dicho foco representa una dificultad para la persona con baja visión debido a que presentará mayores dificultades para decodificarla.

Con respecto al empleo de las tipografías en el desarrollo de contenidos en pantalla, buscando garantizar la legibilidad de los bloques de textos diseñados[11] se recomienda que se utilicen fuentes con cuerpo de no menos de 12 puntos o con posibilidad de ser ampliado. La aplicación de los macrotipos o lupas favorece a la nitidez en la lectura.

Otro factor igual de importante aquí es, como mencionamos antes, es la utilización de combinaciones cromáticas[12] en la construcción de los sistemas de información web, que garanticen los contrastes de color entre figura y fondo.

Es recomendable que la gestión de contacto no se base solo en este recurso visual para transmitir un sentido o semantizar un contenido del sitio web, sino que conviene combinarlo con otros indicadores visuales, como lineas, matrices, etc, debido a que cada usuario con discapacidad visual percibe lo diseñado de manera singular.

Muchas veces los fondos blancos causan un deslumbramiento en la persona con baja visión. En estos casos se recomienda el uso de variedad de colores que eviten esta situación.[13]

Otra cuestión que involucra los parámetros de accesibilidad de las PcDV a los contenidos-web es la sustitución de textos visuales de los sitios por componentes de orden sonoro.

---

11. Para no generar este tipo de ruido indeseado, se debe evitar asentar bloques de texto sobre tramas o imágenes.

12. Una herramienta utilizada con el propósito de corroborar que los contrastes sean accesibles es Contrast-A, un simulador de paletas de colores que va mostrando el nivel de accesibilidad en cada caso e inclusive permite visualizar cómo vería una persona con alguna discapacidad (deuteranopia, protanopia, tritanopia, entre otros)

13. Los contrastes más accesibles con blanco como fondo son: negro sobre blanco, rojo sobre blanco y verde sobre blanco. Si el fondo cambiase de color, los contrastes más accesibles podrían ser amarillo sobre negro, blanco sobre rojo y blanco sobre azul.

Un caso que nos llamó la atención y nos permitió ver lo necesario de este cambio es el sitio web de la ciudad puerta Iguazú. El mismo, al momento de relevamiento, mostraba en pantalla un video con el salto "Garganta del Diablo" acompañado de un tema musical de una banda extranjera.

Luego de investigar posibles alternativas para el relato de las imágenes acudimos al concepto de paisajes sonoros, pensando en el desarrollo del sentido del oído en la PcDV.

Las personas con discapacidad visual poseen un uso del sonido que va mucho más allá del simple hecho de escuchar. El sonido en sus vidas constituye su forma de ver y conocer el mundo.

Los paisajes sonoros - *soundscape*[14]- , refieren a una combinación de sonidos que buscan recrear algún ambiente, espacio o lugar, configurando un entorno específico. En su gran mayoría, son aquellos en los que nos encontramos inmersos naturalmente: las ciudades que habitamos, los lugares que frecuentamos y hasta los espacios donde pareciera haber silencio.

La aplicación de paisajes sonoros como recurso accesible de las páginas web turísticas, tiene la posibilidad de brindar una experiencia al usuario mucho más enriquecedora. En el caso de las PcDV les permite "transportarse", "experimentar" un lugar, a la vez que "percibir" sus atractivos. Más que describir un salto de agua o los colores de una montaña, es conveniente acompañar con un sonido que permita imaginar el lugar aportando información sobre el mismo, como los sonidos del impacto del agua al caer, del viento, de la fauna circundante, o con temas musicales que en su letra relaten la cultura del lugar o simplemente los sonidos de instrumentos típicos de la región (como los sonidos de cuerdas, viento o percusión). En estos casos la "comunicación acústica", definida por Barry

14. Término acuñado por Walter Ruttman cineasta experimental alemán en 1930.

Truax como “la interdisciplina que se encarga de las relaciones y significados que el sonido genera en contextos ambientales” aparece como más apropiada que una comunicación puramente visual para las PcDV.[15] Cada lugar, además de tener un paisaje sonoro singular, puede decirse que posee, una identidad sonora particular. La noción de identidad sonora refiere sobre todo a aquellos sonidos que hacen único a cada lugar y por lo tanto también a todos sus habitantes (Carles, Palmese, s.f.).

Los mapas sonoros permiten hacer un recorrido virtual por los diversos lugares con sus peculiaridades y sonidos únicos, mostrando al oyente las cualidades atractivas de dicho sitio. Urbanos como no, los paisajes ofrecen una experiencia potente en las webs, sobre todo turísticas. ¿Cómo suenan las Cataratas del Iguazú? ¿Cómo suena la ciudad de Santa Fe? ¿Cómo suena Rosario, con su río, sus voces, su perfil de pequeña gran urbe? Aquel que no puede ver con los ojos puede imaginar con los sonidos.El desafío que nos proponen estos sitios web turísticos, no pensados para usuarios con discapacidad visual, es el de articular en ellos nuevas redes semánticas que se activen a través de itinerarios de lecturas sostenidos en recursos hipertextuales que instauren nuevos tipos de recorridos a partir de los registros sonoros.

Esto supone el desafío de trasladar el protagonismo del ojo, aun cuando las páginas web de turismo sean eminentemente visuales, a un sistema compartido en el cual se incorpore el lenguaje sonoro. Se tratará entonces de construir un mapa sonoro “remix” como herramienta para decodificar el sitio web, valiéndonos de “... su valor simbólico y estético por el que deviene en objeto artístico ( )” (López, s.f) y como tal, en articula-

15. Barry Truax es profesor de la Escuela de Comunicación y de la Escuela para las Artes Contemporáneas en la Universidad Simon Fraser, donde enseña cursos de acústica en la comunicación y la música electroacústica

dor de una infinidad de posibilidades a la hora de su interpretación y lectura.

De este modo se dará lugar a un lector navegante no clásico, liberado del imperio de las imágenes y de las pantallas, que articule su saber, su placer estético y su deseo a partir de una semiosis sostenida en lo sonoro.

Conclusión: Toda "mirada" es política

Así como la comunicación -en palabras de Ledesma- es también ambigüedad, confusión, ideología, deseo y contradicción (Arfuch, Chaves, Ledesma, 1997: 85), estas puestas en pantalla de las webs de las ciudades puerta son un reflejo de las contradicciones de las políticas públicas, donde si bien se reconocen los derechos de los ciudadanos, no se facilita su ejercicio.

Por un lado, los responsables de los sitios web reconocen el derecho al turismo accesible y a la comunicación de todos, como lo reflejan los resultados de las entrevistas en profundidad surgidas en el marco de nuestra investigación, pero a la hora de diseñar comunicaciones predominan estos "constituyentes" del acto comunicativo que, lejos de acercarse a las pautas propuestas por la W3C y al diseño universal, están impregnados de recursos expresivos que privilegian la ambigüedad, el desvío y la incertidumbre como parte constitutiva de los mensajes.

Es entonces cuando nos preguntamos qué papel juegan estas poéticas, cuál es la relación que guardan con los discursos políticamente correctos de las administraciones frente al tema de la discapacidad y el turismo, cómo configuran los contratos de lectura con sus usuarios en cada nueva actualización de la información.

¿Cómo generar una estrategia tecnológica sostenible e inclusiva que ante la liquidez de la información no altere la lógica proyectual accesible?

Se trata de diseñar interfaces centradas en las singularidades de los usuarios, que resistan las lógicas mutantes de las tecnologías, proponiendo estéticas alternativas de acceso a los recursos del discurso visual que generen narrativas aprehensibles para un "lector modelo" con habilidades disímiles.

Pensar el contrato de lectura como cohabitante del diseño universal es proponer una lógica comunicativa diferente, otro tipo de contacto con los navegantes, definido desde una mirada estratégica centrada en sus aptitudes, en los alcances de los softwares lectores de pantalla, en las potencialidades semióticas de la multimedialidad informática con una poética que revive la linealidad, característica del diseño papel, bajo un postulado de la modernidad: "menos es más".

Referencias bibliográficas

Abbagnanon, N., Visalberghi, A. (1974). *Historia de la Pedagogía*. Fondo de cultura económica: España.

Arfurch, L., Chaves, N. y Ledesma, M. (1997). *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos*. Buenos Aires: Paidós.

Carles, J. L., Palmese, C.(s.f.) *Identidad sonora urbana*. Recuperado de http://www.eumus.edu.uy/eme/ps/txt/carles.html

Chávez, N. (1989). Pequeña teoría del cartel. *Revista Tipográfica Nº 6 y 7*.

De Certeau, M. (1996) *La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer.* Universidad Iberoamericana, México.

Ledesma, M. (2017) *Construcciones en torno al diseño social. Entrevista a María del Valle Ledesma,* entrevistada por Sanar Pedro en Revista Habitat Inclusivo. Buenos Aires.FADU-UBA.

Ledesma, M. (2002). *El diseño gráfico, una voz pública.* Buenos Aires: Argonauta.

López, J.G. (s.f) *Cartografiando el sonido.* Recuperado de http://www.unruidosecreto.net/textos/cartografiando-el-sonido/

Martínez, A. y Monserrat-Gauchi, J. (2016) *La accesibilidad, requisito de los sitios web oficiales. Análisis de la accesibilidad de las webs turísticas oficiales de la costa mediterránea española*. En: adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, nº12. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica y Universitat Jaume I, XXX. DOI. Recuperado en: http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2016.12.5

Shawn Lawton H. (2004) *Introducción a la Accesibilidad Web.* Recuperado dehttps://www.w3c.es/Traducciones/es/WAI/intro/accessibility

Lectores de pantalla. Recuperado de http://accesibilidadweb.dlsi.ua.es/?menu=lectores

Thomas, H.; Juárez, P. y Picabea, F. (2015): *¿Que son las tecnologías para la inclusión social?,* Buenos Aires. Universidad Nacional de Quilmes.

Lo artesanal en la construcción de la esfera pública virtual

O artesão na construção da esfera pública virtual

Dr. Mariano Darío Vázquez
FPyCS – UNLP
mareanovazquez@gmail.com

Resumen

La esfera pública virtual (EPV) es un modo de abordaje de las interacciones en la web. En este artículo se pretende dar cuentas de la forma “artesanal” en que fue construida la EPV. En este sentido, lo artesanal no solo remite a su construcción, sino a la puesta en acción sobre el caso “El Famatina no se toca”. A su vez, la EPV tiene una mirada multisituada que imbrica los periódicos digitales y los espacios de participación de los lectores y las redes sociales, donde la conversación sobre lo público tiene un lugar relevante.

Palabras clave

Esfera pública virtual, redes sociales, política, tecnología, desacuerdo.

Resumen

A esfera pública virtual (EPV) éuma forma de abordar interações na web. Neste artigo, tentamos dar umaconta da maneira “artesanal” em que o EPV foi construído.

Nesse sentido, o artesanato do EPV não se refere apenas à suaconstrução, mas também à implementação do caso "El Famatina no se toca". Aomesmo tempo, o EPV temumolharmultisite que imbrica os jornaisdigitais e os espaços de participação dos leitores e as redes sociais online onde a conversa sobre o público temum lugar relevante.

Palabras clave

Esfera pública virtual, redes sociais, política, tecnologia, discordância.

La Esfera Pública Virtual (EPV) es un modo de abordaje de las interacciones en la web que tiene la pretensión de ir más allá del estudio de las interfaces y mixturarse con lo que acontece en el territorio.

Este trabajo remite a la tesis de doctorado Emergencia, estabilización y declive de la EPV. Caso: "El Famatina no se toca"presentada en el marco del Doctorado en Comunicación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata en el mes de agosto de 2017. El referente empírico está compuesto por artículos publicados en las versiones digitales de los diarios Clarín y La Nación, por los comentarios de lectores en ambos periódicos y en las publicaciones realizadas en Facebook y Twitter. Esta tesis abordó una arista del caso denominado "El Famatina no se toca" y se enfocó en el corte de ruta que llevaron a cabo los habitantes de la localidad riojana de Famatina en el año 2012 -entre los días 3 de enero y 29 de marzo- para evitar el avance de la empresa canadiense Osisko Mining Corporation.

El análisis del corpus se realizó en una forma que podemos denominar, no sin objeciones, como artesanal. A este fin se recurrió a la plataforma Prezi para ordenar las interacciones en clave topográfica, a las palabras clave -concepto acuñado por Raymond Williams- para atenazar los elementos del obje-

to de la polémica y a la etnografía multisituada para concebir un análisis anclado en la conectividad.

El referente empírico

Sobre un total de 84 días, divididos en 3 períodos -emergencia, estabilización y declive- se analizaron 74 artículos periodísticos de Clarín y La Nación; 4611 comentarios de lectores; 10.000 tweets entre los que se destacaron 4037 de usuarios/lectores -periodistas, activistas, ONG y medios de comunicación- y 500 publicaciones de Facebook.

Si volvemos un poco sobre nuestros pasos y tratamos de desandar la experiencia etnográfica en las redes sociales y la forma en la que se construyó una posible trazabilidad de la polémica, podemos afirmar que se presentaron distintos grados de dificultad para acceder a las publicaciones: por un lado, en Facebook y de acuerdo a su arquitectura, muchos usuarios/lectores no respondieron la solicitud de amistad y si lo hicieron, fue restringiendo el acceso a algunos contenidos; por el otro, la búsqueda en Twitter resultó más sencilla porque, a no ser que un usuario/lector nos hubiera bloqueado o tuviera el perfil cerrado, la mayoría de los tweets son públicos. Además, la plataforma permite realizar búsquedas mejor segmentadas.

El relevamiento en las redes sociales se realizó primero en Twitter a través de palabras como Beder Herrera, Megaminería y Famatina entre otras, después se buscaron los hashtags #Famatina, #ElFamatinaNoSeToca, #NoALaMegaminería, #BederHerra, #AltoCarrizal y #ElAguaValeMásQueElOro y por último se rastreó la publicación de los artículos de los periódicos digitales. Esto derivó en perfiles, páginas, grupos y eventos de Facebook. A diferencia de Facebook, donde la interactividad comunicativa se plasma en el espacio de participación debajo del post, en Twitter se reconstruyó la conversación utilizando el buscador avanzado de la plataforma.

Respecto de los 10.000 tweets y los 500 posteosen Facebook analizados, es válido destacar que el universo de publicaciones referidas a “El Famatina no se toca” para el período seleccionado fue mucho mayor, razón por la cual se hizo un recorte sujeto al principio metodológico de saturación.

Si bien la EPV está ordenada temporalmente (emergencia, estabilización y declive) y está compuesta por microesferas diarias traslapadas, el estudio de las interacciones a partir del enfoque del tiempo atemporal (Castells, 1999) habilitó el juego para salir -y volver- de un esquema de análisis lineal y por etapas. A su vez y debido a la naturaleza precaria del desacuerdo, la estructura de la EPV no está gobernada únicamente por el factor temporal y el desenvolvimiento de los acontecimientos, sino que incorpora los artículos de las empresas periodísticas, los comentarios usuarios/lectores en los espacios de participación y las publicaciones en las redes sociales; todas estas dotan de una materialidad singular a los elementos del objeto de la polémica.

Para compensar los cuatro artículos periodísticos que publicó Clarín durante el período 1 se sumaron -a riesgo de contaminar el recorte inicial- artículos de otros periódicos digitales y portales de noticias que hicieron una cobertura más amplia de los acontecimientos. Se llegó a estos artículos a través de las redes sociales. Si bien esto se decidió excepcionalmente para el período de Emergencia, a medida que se profundizó el análisis, se sumaron distintos artículos de otros periódicos digitales también en los períodos siguientes.

Etnografía virtual

En la tesis doctoral ya citada, la interfaz[1] web ocupó un lugar central porque es allí donde se materializa la interacción. En la EPV el

1. Sobre la interfaz dejamos planteadas dos precauciones: la primera tiene que ver con lo que Evgeny Morozov (2016) define como “los peligros de la

abordaje de la interactividad no estuvo limitada a una única interfaz, sino que, en base a lo que establece la etnografía multisituada (Hine, 2004), se buscó eludir las dificultades de acotar el objeto de estudio a un campo finito a través de la indagación de una experiencia interactiva sostenida en la conectividad. La etnografía multisituada fue complementada con una técnica de análisis discursivo y sin establecer contacto con los usuarios/lectores. La observación silenciosa permite que, en el ciberespacio, el etnógrafo puede observar sin ser visto, actividad que dista de la realizada a pie donde "está siempre marcado por su diferencia incluso aunque guarde total silencio" (Hine, 2004, p.63).

Durante la investigación se puso el foco en cómo fue el proceso de construcción del objeto de la polémica a través de la interactividad virtual; esta observación no se detuvo sólo en su composición -la identificación de sus elementos- sino en los recursos que se involucraron en su realización. Asimismo, solo se abordaron interfaces web como se puede ver en los capítulos en los que se trabajó sobre la visibilidad de lo público (2015) y no se indagó en los usos y las apropiaciones por parte de los usuarios/lectores. Este enfoque resultó útil en función del recorte temporal definido porque, en el momento de escritura de la tesis (octubre 2015 – octubre 2016) el consumo de noticias e información y la actividad en las redes sociales se había desplazado de la PC al teléfono inteligente, cuyo uso se hallaba en franco crecimiento. El trabajo de Pablo Boczkowski y Eugenia Mitchelstein sobre el consumo incidental de noticias (2016) da pruebas sólidas de ello:

---

mediación algorítmica" y el rol que desempeñan en la segmentación de la información. La segunda precaución tiene que ver con la flexibilidad artefactual y el peso de las interfaces -ya estabilizadas- en la apropiación de los usuarios. Como afirma Carlos Scolari: "aprender la lógica de un software o interpretar el funcionamiento de un teléfono móvil con decenas de funciones obliga al usuario a amoldarse a la interfaz y aclimatarse a un entorno de interacción. Estos procesos de adaptación tecnológica se han naturalizado de tal manera que se han vuelto imperceptibles. En otras palabras, el entorno cibernético termina por construir un dispositivo ideológico que engulle a su usuario" (2008, p.98).

Proliferación de pantallas y contenidos, nebulosas de likes y retweets, la voz de los amigos, la presencia de los grandes medios. Lecturas intersticiales y breves en el colectivo, en el subte, mientras se espera que cambie la luz del semáforo. El celular siempre ahí, la computadora ocupada con trabajo o estudio, el televisor como música de fondo y el papel casi objeto de museo.

Texto

Internet, en tanto que artefacto cultural o como cultura digital, puede abordarse a través de su materialidad discursiva. En otras palabras, podemos pensar que las interacciones entre los sujetos ya no se dan cara a cara sino que están mediadas por interfaces y viajan a través de paquetes digitalizados que pueden leerse como textos (imágenes, videos, audios, textos). Esta tesis puso el foco en la centralidad del texto como una de las caras visibles de la interactividad virtual.

Asimismo, el análisis de las interacciones como texto implica que cada uno fuera analizado tomando en consideración su contexto y su cotexto. En el caso de los tweets de los usuarios/lectores se tuvo en cuenta la información que estaba disponible en su biografía que, en varias oportunidades, pudo ser corroborada por comentarios de otros usuarios/lectores como con la información publicada en periódicos digitales.

El abordaje de los artículos periodísticos y de las publicaciones en las redes sociales respondió a una acción interpretativa y descriptiva orientada por el conocimiento contextual del medio; el dominio al cual pertenece el documento -económico, periodístico, científico, etc.- y el uso de herramientas técnicas para abordar la información textual y paratextual, las imágenes y el contenido multimedial.

Los artículos de los periódicos digitales estaban abiertos a comentarios de lectores, lo que introdujo un espacio de parti-

cipación dialógica referido -en principio- a los tópicos de las notas. Sin embargo, estos mismos contenidos introducidos por los usuarios/lectores muchas veces hacían referencia a otros sitios web y, en este punto, comenzaba a expandirse la estructura de la EPV más allá de los límites pretendidos por las empresas periodísticas.

La diferencia en la construcción de los elementos del objeto de la polémica entre los periódicos digitales y los usuarios/lectores responde principalmente a un cifrado propio que se distingue del estilo periodístico. Hablar de un cifrado propio de los comentarios de usuarios/lectores o de las publicaciones en las redes sociales implica hablar de una construcción discursiva que está sujeta a las ambivalencias que provienen de los errores de ortografía, los problemas de sintaxis, las expresiones que se corresponden con una oralidad transcripta y la incorporación de la microsintaxis de las redes sociales que involucra el RT para citar un tweet ajeno, el # (numeral) para los hashtags en Twitter, la inclusión de hipervínculos, el @ (arroba) para mencionar a usuarios,y que encuentran lugar en una multiplicidad de interfaces, lenguajes y soportes que vindican, ante todo, un efímero valor de uso y, en consecuencia, el desacuerdo (Rancière, 1998). Este cifrado propio no hace mella en la construcción del objeto de la polémica sino que lo enriquece en un sentido polifónico y le da una heterogeneidad que difícilmente pueda mensurarse. En este marco, todos los comentarios de usuarios/lectores analizados fueron transcriptos en la investigación de forma textual.

Palabras clave y elementos del objeto de la polémica

El objeto de la polémica es concebido como una entidad contingente que solo existe en y por el desacuerdo, objeto que a su vez funciona como estructurante de la EPV. Sin embargo, es

importante destacar que este objeto de la polémica está conformado por una diversidad de elementos que poseen esta misma característica de entidad litigiosa y contingente. Asimismo, sus elementos no son compartimentos estancos, sino que tienen unos límites porosos que habilitan una coexistencia solidaria, permeable y antagónica. El abordaje de estoselementos estuvo orientado por la selección de las palabras clave (Williams, 2003) concebidas como vectores del conflicto que condensan la materialidad del objeto de la polémica y que responden a las preguntas que guían esta investigación, buscando identificar los núcleos tensionales que estructuran a la EPV.

La visibilidad y la circulación de las noticias y la información en la EPV encuentran, en las dimensiones comunicativa y expresiva de la interactividad virtual, uno de los canales de difusión y comunicación de los periódicos digitales en las redes sociales. Esto no clausura la interactividad comunicativa con los usuarios/lectores ni entre los usuarios/lectores como se puede ver tanto en los comentarios de un posteo de Facebook como en los tweets de respuesta que mencionan a la cuenta oficial del periódico digital y, por supuesto, en los espacios de participación del periódico digital en la propia interfaz del medio.

Ahora bien, si tenemos por un lado hay un tweet de Clarín en el que se difunde su artículo y por el otro tenemos un tweet de un usuario/lector que comparte ese artículo con sus seguidores; y si suponemos que el tweet del usuario/lector fue generado a partir del botón de compartir, veremos que los tweets son exactamente iguales. Entonces, la pregunta que podemos formular es: ¿Qué es lo que diferencia a ambos tweets?

En primer lugar, mientras la empresa periodística se vale de las publicaciones en las redes sociales para reforzar sus estrategias de difusión y para llegar a un público cada vez más amplio, es decir, una concepción de la noticia como valor de

cambio (Vázquez, 2016), en contrapartida, el usuario/lector que comparte la noticia con sus contactos realiza una práctica vinculada a los valores de uso, aunque esto último tenga lugar de forma efímera. La segunda diferencia se encuentra en la llegada y la difusión de esa publicación en las redes sociales que puede visibilizarse y medirse en los ReTweets y en los Favs de Twitter o en los Me Gusta de Facebook y en la cantidad de veces que los artículos son compartidos.

Sin embargo, a pesar de su precariedad, la presencia y la incidencia de los valores de uso no es para nada despreciable en la construcción del objeto de la polémica, prueba de ellos son la crítica mediática y la conversación en tanto que variantes de la interactividad comunicativa enfocadas a la comunicación.

Un tercer componente que se puede incorporar a los valores de uso y que, si bien no estaba planteado desde el comienzo, el abordaje del referente empírico lo volvió evidente, fue la difusión de actividades como jornadas de lucha, organización de movilizaciones y coordinación de actividades de forma desespacializada. Estas acciones tienen, en un corto plazo, una finalidad utilitaria, es decir, informar, coordinar y poner en marcha.

Tipologías y análisis de la interactividad virtual

Con la finalidad de ordenar las publicaciones en las redes sociales y en los comentarios en los espacios de participación de los periódicos digitales se elaboraron distintas tipologías que buscaron clasificar a los usuarios de Twitter y de Facebook; también buscaron indagar en cómo se construyó el objeto de la polémica y otra se detuvo en los recursos que involucraron las publicaciones y los posteos -imágenes, links, hashtags, menciones, etc. Vale aclarar que las tipologías no pretendieron abarcar todo el universo de los usuarios de Twitter, Facebook

y de los comentarios de usuarios/lectores, sino solo aquellos que forman parte del referente empírico, que participan de una u otra forma de la construcción del objeto de la polémica y que responden a las preguntas que ordenan la investigación. Por ende, las interfaces de las redes sociales son analizadas como espacio de intervención y participación donde se materializó la actividad de los usuarios/lectores.

Entre el desarrollo de las tipologías y el abordaje del referente empírico nos vemos obligados a reconocer un desfasaje que responde a que dichas tipologías no fueron ideadas como compartimentos estancos y cuyos límites porosos permitieron que se contaminaran unas a otras. Además, en el caso particular de los comentarios y los tweets que fueron clasificados de acuerdo a la operación que realizan respecto del objeto de la polémica, fueron vinculados a otras tipologías y categorías de análisis desarrolladas en la tesis. Es así que en el caso de los informativos, que no fueron planteados como neutrales, sino vinculados a la actualidad múltiple (Rost, 2006) en sus variantes sincrónica o reciente. En el caso de los polémicos fueron tamizados desde la crítica mediática pero no de forma exclusiva, ya que fueron incluidos aquellos denominados propios, es decir, que en los espacios de participación incorporaron elementos del objeto de la polémica que no estaban presentes en el artículo que originó el comentario. Para el abordaje de los dialógicos la conversación fue el enfoque más pertinente. Por último, aquellos considerados como descalificadores, que incluyen a trolls, bots y fakes, aunque no fueron tenidos en cuenta en esta investigación y a pesar de que se consideró que en ellos -para el caso “El Famatina no se toca”- la construcción del objeto de la polémica quedó relegada a un segundo plano frente a la agresión y la mentira, paradójicamente podemos reconocer que estos discursos, con la fuerte presencia que tienen en la actualidad, también involucran una determinada construcción del objeto de la polémica.

Prezi y los mapas de flujos

Para abordar el proceso de construcción del objeto de la polémica, la visibilidad mediática y la circulación de las noticias y la información, se diseñaron 84 microesferas diarias con un matiz topográfico. Con ese propósito se utilizó la plataforma Prezi donde se desagregó la composición del objeto de la polémica y los recursos que se utilizaron en su construcción. También se establecieron sentidos tentativos para la circulación de las noticias y la información.

Entre las ventajas de utilizar y diseñar Prezipodemos destacar que permitió una lectura global de la microesfera diaria y, asimismo, un acercamiento capilar para indagar en las interacciones entre usuarios/lectores. A su vez, la comparación entre las esferas diarias permitió una lectura completa de cada uno de los tres períodos en los que fue subdividida la EPV. Por otra parte, la plasticidad con la que se fueron armando estas esferas, permitió que pudieran ser modificadas y ajustadas según las preguntas y los objetivos que guiaron esta investigación.

Una de las críticas manifestadas en la devolución de la tesis de calificación estuvo enfocada en el análisis textual realizado sobre los discursos. El comentario penduló entre dos variantes, análisis de contenido o de enunciación. Siguiendo los pasos de Soler (2011) el análisis de los datos se organizó en dos etapas: primero se realizó un inventario que consistió en reunir todos los datos posibles -este inventario se fue ampliando y modificando a medida que se desarrollaba la investigación- y después se realizó un proceso que Soler llama “codificación” y que nosotros preferimos llamar “ordenamiento”. Esto consistió en ordenar los datos primero por plataforma y luego por día, con la idea de tenerlos disponibles para situarlos en el mapa de flujos que se armó en la plataforma Prezi, en la forma de microesferas diarias. Después de armado el mapa, comenzó la clasificación -a través de las tipologías-, la identi-

ficación de los vectores del conflicto y el planteo de sentidos posibles de circulación de la información y las noticias. Una vez conseguido este nivel de desagregación, se traslaparon todas las esferas diarias con la finalidad de obtener una mirada total del período para analizar la visibilidad, la actualidad múltiple, la construcción del objeto de la polémica y el lugar tanto del valor de uso como del valor de cambio. Sobre la construcción de los elementos del objeto de la polémica podemos agregar que responden a la búsqueda de palabras, conjuntos de palabras o frases que representaron determinadas características. Es decir, cada elemento es solidario respecto de los demás y, aunque tienen unos límites bien definidos, estos a su vez son permeables lo que hace posible que se contaminen unos a otrosEn términos de espacialidad, cabe pensar a la EPV como un archipiélago de microesferas que pueden traslaparse, solaparse o mantenerse separadas pero que, en definitiva, tienen una forma que está dada por la dinámica que le imprimen el desacuerdo y la interactividad virtual.

La EPV no es únicamente un espacio dedicado al escrutinio y difusión de los acontecimientos, ni tampoco un estudio de las plataformas que brindan soporte a los discursos, sino que evidencia una ruptura espacio-temporal en la discusión sobre lo público y, a su vez, remite a la articulación, en clave de desacuerdo, de relaciones interpersonales en espacios de copresencia mediada, a la difusión de discursos, imágenes, movilizaciones y en torno a la organización de eventos e intervenciones que podríamos ubicar en la dimensión offline.

Tres momentos de la investigación

Hay un cambio entre la concepción de la EPV como modelo de análisis que presenté en el plan de tesis y en la tesis de calificación -también llamada “informe de avance”- y la que aparece en la tesis, definida como modo de abordaje. Este cambio se debe principalmente a que la EPV es pensada en diálogo

permanente tanto con su objeto de estudio como con el referente empírico. Este diálogo deviene en una flexibilidad que se transfiere al objeto de la polémica y a sus elementos, a la mixtura entre las variantes de la actualidad múltiple, a la dinámica en la circulación y el intercambio entre gatekeepers y gatewatchers, y a la precariedad de los valores de uso en permanente tensión con los valores de cambio.

La EPV como modo de abordaje se apoya en la interactividad virtual en clave política y se vale del foco antes que del recorte, porque mientras el recorte toma sólo una parte y clausura las relaciones de los núcleos problemáticos de la investigación, el foco abre vínculos y evita caer en posiciones naturalizadas. Asimismo, el modo de abordaje está guiado por las preguntas que se formularon y reformularon tanto al principio de la investigación como durante todo el proceso. En otras palabras, la EPV es una forma de entender cómo se construye el interés por lo común y cómo el efecto de la política desplaza algo que estaba publicado y lo vuelve público.

Lo artesanal en la EPV

En tiempos de Big Data y del procesamiento masivo de datos, la vindicación de lo artesanal como una alternativa de investigación está asociada, por un lado, a las condiciones materiales de producción de mi tesis y, por el otro, a la decisión de analizar e interpretar los datos desde una perspectiva que involucra la indagación de primera mano del referente empírico. El riesgo de un procedimiento de estas características implica que todo el conocimiento que se elabora está sujeto fuertemente a las decisiones del investigador, tanto en el momento inicial en el que se definen las primeras preguntas orientadoras y se problematiza al objeto de estudio, así como en la construcción y en el abordaje del referente empírico.

En otras palabras, cada decisión fue dotando de sentido y orientando la tesis en una dirección determinada que bien podría haber sido otra. Y así, como el cincel que marca la madera, muchas de estas decisiones tuvieron una relativa irreversibilidad, sesgando el proceso de investigación.

En conclusión, podemos decir que la EPV es un modo de abordaje de la interactividad virtual en clave política que se vale de la flexibilidad y el diálogo para indagar en un terreno difuso y cambiante donde ocurren las interacciones en la web y se mixturan con los espacios offline. En otras palabras, podemos afirmar que "lo artesanal" en la EPV implica abrazar las imprecisiones como una forma de producir conocimiento.

Referencias bibliográficas

Castells, M. (1999). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura* VOL1. Mexico: Siglo XXI.

Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC.

Morozov, E. (2016). *La locura el solucionismo tecnológico*. Buenos Aires, Katz editores, Capital Intelectual.

Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital*. Tesis doctoral. UniversidadAutónoma de Barcelona, 2006. Consultado el 28 de Octubre de 2016 en: https://es.scribd.com/document/80664643/La-interactividad-en-el-periodico-digital

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa

Soler, P. (2011). La investigación cualitativa. Un enfoque integrador. En VILCHES, Lorenzo (coord.), *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital* (pp. 189 - 236). Barcelona: Gedisa.

Referencias electrónicas

Boczkowski, P. y Mitchelstein, E. (2016) E*l medio ya no es medio ni mensaje*. Revista Anfibia. 29 de Julio, recuperado de www.revistaanfibia.com/ensayo/medio-ya-no-mensaje

Vázquez, M. (2015). *La visibilidad de lo público. Visibilidad y perspectiva política de la esfera pública virtual.* Revista Question, 1(45), pp. 224-236. Consultado el 19 de Febrero de 2018 en http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2360

Vázquez, M. (2016) *Información, desacuerdo y mercancías. Valor de uso y valor de cambio en la esfera pública virtual.* Revista Question, 1 (51), pp.124-138. Consultado el 19 de Febrero de 2018 en http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/3359/2850.

Vázquez, M. (2017). *Emergencia, estabilización y declive de la esfera pública virtual. Caso "El Famatina no se toca".* (Tesis de doctorado inédita). Facultad de periodismo y comunicación social. Universidad Nacional de La Plata. Argentina. Consultado el 19 de febrero de 2018 http://hdl.handle.net/10915/61813

La construcción de los usuarios en plataformas de música colaborativa

A construção de usuáriosem plataformas de música colaborativa

Lic Santiago Videla - UBA

savidela@gmail.com

Florencia Figar - UBA

florfigar@gmail.com

Resumen

Este trabajo se propone describir los modos en los que las propuestas discursivas de las plataformas de música colaborativa construyen la figura de sus usuarios. Desde allí indagar las posibilidades y restricciones que de ellas se derivan. Tomando como base la noción de plataformas desarrollada por José Luis Fernández (2018) se avanza en la descripción del fenómeno, del que surgen dos grandes ejes de construcción del objeto. El primero ligado a las prácticas no mediatizadas de composición que se hacen presentes. El otro con el tipo de perfil de músico construido que implica un espectro que va desde el entusiasta hasta el músico formado. Se tiende así a generar desde la plataforma usuarios que están tensionados entre el goce de la música como fin en sí mismo y el goce de la exhibición de lo creado. Estos elementos aparecen atravesados por la posibilidad de componer en lugares fijos (la PC) y en

movilidad (apps para smartphone y tablets). Con estos elementos intentaremos avanzar en el conocimiento del objeto.

Palabras Clave
semiótica, mediatizaciones, música, usuarios, plataformas

Resumo
Este trabalhotem como objetivo descrever e relatar as formas pelas quais as propostas discursivas de plataformas de música colaborativa constroem a figura de seususuários e as possibilidades e restriçõesdaí derivadas. A partir da noção de plataformas desenvolvida por José Luis Fernández (2018), é feito o progresso na descrição do fenômeno. De lá, surge dois grandes eixos de construção do objeto. O primeiro ligado àspráticas de composiçãonão mediadas que estão presentes. O outrocom o tipo de perfil de músico construído que envolveum espectro que vai do entusiasta ao músico treinado.

Issotende a construir usuários que estãoemtensão entre o prazer da música como umfimem si mesmo e o prazer da exibição do que é criado. Esses elementos parecematravessados pela possibilidade de comporem lugares fixos (PC) e emmobilidade (aplicativos para smartphone e tablets). Comesses elementos, tentaremos avançar no conhecimento do objeto.

Palavras-chave
semiótica, mediações, música, usuários, plataformas

Introducción

Afirmar que hacer música es una práctica social es, de algún modo, una verdad de perogrullo. Más aún, si nos atenemos a que desde sus orígenes se trató de un hacer vinculado al desarrollo de la sociabilidad (Thompson, 2009; Mithen, 2006). Así, ejecutar y componer forman parte de las experiencias que han estado presentes desde los inicios de la especie.

Más cerca en el tiempo, el cine nos ha mostrado, en films como *Music and Lyrics* (2007, de Mark Lawrence), por citar un caso, escenas de un músico y una letrista que pasan horas frente a un piano tratando de darle forma a una canción. Sin ir más lejos, es muy probable que algún lector esté evocando una experiencia propia equivalente, como autor o espectador.

En ese sentido, así como la especie realiza actividades grupales de manera mediatizada, no debe resultar extraño entonces que, con el avance de las tecnologías, la composición haya podido funcionar también de este modo. Tal es el caso de, por ejemplo, el artista británico Elton John, y su letrista BernieTalpin. En numerosas entrevistas en la prensa han comentado que trabajaban intercambiando materiales por correo y por teléfono, entre las décadas del ´60 y ´70, para dar a luz las obras que los hicieron famosos. Luego el desarrollo de internet permitió que intercambios como este se den a mayor escala.

Estamos entonces, frente a la aparición de una oferta de aplicaciones y sitios que permiten que dos o más participantes, sean o no músicos profesionales, intercambien ideas y archivos de sonido de manera más o menos ordenada, en movilidad o sin ella. En adelante, denominaremos a esta combinación de sitios, prácticas y tipos discursivos *plataformas de composición musical colaborativa*.

La descripción de objetos como este ha tenido recorridos laterales en la investigación, como los que se pueden encontrar en el trabajo de José Luis Fernández y Germán Rosso (2014) especialmente en relación a la aplicación Pocketband. Aún con lo interesante de la reflexión que proponen, el acento del texto está puesto más en la movilidad que en los modos de composición. Palabras equivalentes se pueden dedicar a trabajos como los de Castañeda (2007) o Giraldes (2010) que se enfocan especialmente en los beneficios y efectos potenciales y pedagógicos de componer de forma colaborativa desatendiendo (sin que implique necesariamente una carencia) el proceso de mediatización.

Desde allí, este trabajo se propone avanzar en la descripción de las posibilidades y restricciones discursivas que ofrecen estas aplicaciones, que habilitan complejos y masivos intercambios de datos, como una propuesta de interacción con los estudios de fenómenos vinculados al big data.

La composición como fenómeno social

Theorigins of music(2000), fue el resultado de una serie de conferencias realizadas en Italia a finales siglo pasado. En el artículo, *Synchronous Chorusing and human origins,* BjonMerker (2000), se propone que era propio de los primeros homínidos la interacción musical cooperativa. En una de las hipótesis que se plantea, los machos acompañaban el canto de otros machos para atraer la atención de las hembras.

Se trataba de un intercambio en el que el canto se sincronizaba y el fenómeno se volvía colaborativo por la suma de integrantes del clan involucrados en el acto. Esa colaboración entraba en colisión con los objetivos finales del proceso: al tratarse de una estrategia de búsqueda de intercambio de parentesco, la obra final resultante en la atracción de la pareja, habrá de ser de un individuo, y no del grupo.

Muchísimos años después, y varias versiones de *homo* de la especie posteriores, tuvo lugar en Italia, en 2015, el proyecto *Rockin 1000*. Este consistió en juntar mil músicos en un mismo espacio geográfico sincronizando sus instrumentos para la ejecución de una misma canción en la ciudad de Cesena[1]. Aun con la belleza de la ejecución grupal, los nombres de los participantes son difíciles de rastrear. No ocurre lo mismo con el fan de los FooFighters que encabeza el proyecto, Fabio Zaffagnini. Así, como en el ejemplo anterior, estamos ante una obra grupal en la que el resultado final es individual.

En un extremo opuesto en términos de masividad, la especie ha tenido, desde sus orígenes, producciones musicales que son también colaborativas. Es el caso de la interacción entre adultos y niños. Ellen Dissanayake (2000) la describe como un fenómeno predominantemente musical. Especialmente, lo que ocurre durante todo el período de neonatencia extendida. Sucintamente, se trata de escenas en las que el adulto propone al infante estímulos de patrones rítmicos a la espera de que este los retome. Como resultado, ambos están componiendo piezas únicas en cada encuentro (Videla, 2009)

Otro investigador que trabaja los orígenes de lo musical en la especie humana es Peter Todd (2000), quien explica, en *Simulating the evolution of musical behavior,* el funcionamiento de dispositivos de simulación de la evolución de conductas musicales en humanos. Allí, entre otras cuestiones, una de sus hipótesis expone la capacidad de co-creación musical del humano. Distingue la creación sincrónica de la diacrónica. En esta última, cada individuo re-procesa la creación de sus antecesores para producir obras nuevas.

Descriptos así, estos tipos de intercambios nos permiten establecer estatutos de procesos de composición, por lo que pode-

1. (puede verse en youtube en: https://www.youtube.com/watch?v=JozAmXo2bDE).

mos plantear, al menos, tres formas diversas de composición colaborativa:

- En el texto de Todd (2001) se describe a un individuo que toma una composición y la reinterpreta. En adelante llamaremos *modelo aditivo-individualizante* a este tipo de escena en la que se ofrecen composiciones para que otro decida qué hacer sobre ellas.

- La escena que sugiere la obra de Dissanayake es que la interacción entre adulto e infante es un grupo cerrado y controlado de individuos componiendo. En adelante denominaremos este tipo de interacción *modelo aditivo de control de la obra*. Así, como se propone en Videla (2009) y en Español (2004), el intercambio es bidireccional y los resultados compositivos son consecuencia de la tensión entre ambos participantes.

- Finalmente la descripción de Merker supone un modelo de co-creación abierto. Más cercano a lo que conocemos actualmente como una *zapada,* cuando los músicos se juntan a tocar y el ritmo, los tonos, y cada aporte, los llevan a una composición sin destino fijo. Es lo que en adelante lo llamaremos *modelo aditivo de bajo control,* en el que los individuos van agregando partes. Algo equivalente a las primeras composiciones que describe Mithen en *Thesinging Neanderthal* (2007).

En todos los casos, estamos frente a interacciones musicales no mediatizadas. Todas requieren de la presencia y el uso del cuerpo para generar sonidos. Es así que, con las salvedades ya planteadas, avanzamos en la descripción de espacios mediatizados de composición, entendiéndolos como *modelos de condiciones de producción discursiva* de aquello que hallaremos en la superficie discursiva de las plataformas colaborativas, y

consecuentemente, harán de ordenadores de nuestro análisis[2].

Metodología

Sin que se trate de una definición taxativa, entendemos por plataformas de música colaborativa a sitios web o aplicaciones[3] que proponen de manera más o menos explícita la posibilidad de realizar composiciones musicales que pueden ser susceptibles de ser intervenidas por terceros, de formas más o menos directas.

Hablamos de este objeto en el sentido en que lo entiende José Luis Fernández, para quien allí se practican todas las vidas de la música y sus matices: se compone y se performa, (individual o grupalmente); se distribuye de diversas maneras; se recibe también de muy diferentes maneras y se reversiona con o sin permisos (2018). Se trata de prácticas que no nacen con la mediatización, sino que encuentran una vía de desarrollo en ella.

La oferta de estas aplicaciones/sitios es a la vez amplia y cambiante. Por lo tanto, el corpus puede pensarse como una fotografía parcial vigente a agosto de 2017. Se compone de sitios que ofrecen desde la simulación de instrumentos hasta la simple adición de archivos en formatos de sonido. Algunas ofrecen vínculos con redes sociales preexistentes y otras constituyen una red social en sí mismas. El corpus seleccionado para el análisis resulta de la descripción de los siguientes objetos:

---

2. La noción de condición de producción discursiva la retomamos del trabajo de Eliseo Verón (1987) La semiosis Social. Allí se plantea que dada la semiosis infinita, ciertos discursos operan com condición de producción discursiva de los discursos objeto de análisis.

3. Para la conformación del corpus, se trabajó a partir del relevamiento mediante buscadores en línea de la secuencia de palabras “plataformas de música colaborativa”. Se avanzó en la cobertura lo más extensa posible para llegar a la selección que es objeto de análisis.

Audiotool; Audiosauna; TRackD; WalkBand; Soundation; Kompoooze; Soundtrap; Pocketband; Songtree; BandLab y RedPanal.

La muestra en modo alguno se pretende exhaustiva, sino representativa de un conjunto de operaciones de producción de sentido, en busca de ordenar el campo para avanzar en la comprensión del fenómeno.

A cada una de ellas se la sometió a un grillado que tuvo en cuenta:

Si simulan o no un estudio de grabación

Si permiten el trabajo en movilidad

Si proponen o no el control sobre la obra

Si interaccionan o no con redes sociales

Con esta grilla en mente iniciamos la descripción del objeto. En primer lugar aparece Audiotool, una aplicación web para la creación de música en la nube enfocada en la creación de música electrónica. En ella es posible compartir y socializar la música que se genera con otros en la web. A partir de estos contenidos compartidos se pueden generar otros remix. Opera en inglés en su totalidad, pero aquí serán traducidos algunos títulos.

Audiotool hace explícito entre sus objetivos la consolidación de una amplia base de seguidores que puedan ver y compartir música entre ellos. Tan es así que una de las primeras preguntas frecuentes es: “¿Cómo puedo tener más seguidores?” La respuesta que ofrece es: “Siguiendo a otros”. Para ello, la página de inicio cuenta con una lista de los usuarios, y sus tracks que son tendencia y están en los charts de los más escuchados. Hay diferentes pestañas para moverse dentro de ella: la primera y más importante, es Música, que abre la posibilidad de explorar, como en una red social, los contenidos publica-

dos de otros usuarios y así empezar la creación colaborativa. Posee a su vez varias pestañas que separan tendencias, últimos contenidos, artistas y álbumes.

Audiotool es gratuita y tiene conexión con otras redes sociales, como Facebook y Twitter. Se puede entrar como usuario desde Facebook, y los datos, así como la foto para completar el perfil del usuario, serán tomados de allí. El perfil del usuario es muy similar al que se puede observar en la aplicación de Zukerberg.

Con la foto del usuario como protagonista aparecen una serie de pestañas debajo. La primera es *Tracks*, donde hallan los contenidos propios. La segunda es *Favoritos,* en la que se listan las canciones de otros usuarios a los que se dio “me gusta”. La tercera, y tal vez más interesante para la colaboración en la creación musical, es *Invitaciones*. Aquí se pueden ver otros usuarios que comparten su contenido para editarlo en conjunto, y los usuarios que uno mismo invita a que colaboren con las realizaciones propias. Luego se encuentran las pestañas de *Álbums* y *Recursos* para listar la música y los plugs que más le interesen al usuario. *Network* y *Muro* siguen luego dándole a la aplicación una característica de red social, en donde en el primero se pueden ver los seguidores y los seguidos por el usuario, como también los que están *relacionados* y los *fans*, y en el segundo el usuario puede escribir un comentario de hasta 500 palabras.

Audiosauna, a su vez,funciona en línea. Se usa desde el navegador, y permite la creación de música, en su mayoría electrónica. Se conecta con las redes sociales, pero no provee en sí misma una red social para compartir los contenidos que se generen dentro de ella, ni tener seguidores, ni valorar contenidos de otros usuarios. Sin embargo,tiene su propia página en Facebook que parece tener poco éxito entre los usuarios porque cuenta con 7000 “me gusta” y muy poca actividad.

Se puede bajar e instalar el programa en la PC o directamente trabajar en línea, pero no se necesita un usuario y contraseña para su utilización. Para trabajar en el estudio se necesita el plug in Flash, que restringe su uso si no está instalado en el browser.

Algo parecido a *Audiotool* es *Soundation*. Ella permite la creación de una red social donde se puede crear contenido musical, compartir o valorar otros contenidos mediante “me gusta” y a través de una pestaña con el nombre *Comunidad*, que también se encuentra enteramente en inglés.

La diferencia esencial con *Audiotool* es que permite realizar *hangouts*, videos en vivo desde Google, donde pueden conectarse nueve personas a la vez viéndose las caras por las cámaras web y teniendo una conversación, mientras la usan para crear un nuevo sonido. De algún modo una mediatización de la ya mencionada *zapada.* Los usuarios juegan a estar como en el cara a cara.

Permite también la conformación de grupos según interés, donde se pueden encontrar competencias que finalizaron o que están por realizarse entre los usuarios. Se puede buscar entre los usuarios con más actividad o los más seguidos. Tiene la opción de *megustear* canciones de otros, compartirlas y utilizarlas para crear nuevos contenidos. Es decir, funciona como una red social interna donde hay seguidores y seguidos.

La posibilidad de importar contenidos es de la versión paga. Si el usuario desea un uso gratuito sólo podrá crear contenido en base a los materiales ya existentes dentro de la misma y no importar su contenido.

Tiene vínculos con redes sociales como Facebook, Twitter, Youtube, Google, ya que se puede ingresar con el usuario de Facebook. Se incentiva a completar los datos de Twitter para que otros usuarios también puedan seguirse por fuera.

Autodefinida como *una plataforma con más de un millón de usuarios y más de doscientos cincuenta mil instrumentos y ritmos* aparece *Jamstudio*. Es una web de creación de música con una estética sencilla. No ofrece la posibilidad de compartir los contenidos, pero sí tiene una relación con Youtube y con artistas favoritos que el usuario puede seleccionar para copiar sus estilos preferidos.

Ofrece un instructivo básico, justo al lado del mixer de sonido, con un mail personal para realizar preguntas. También tiene un link a un video de Youtube con un instructivo de dos minutos de duración para comenzar a usar el programa.

BandLab es un sitio que se propone a sí mismo como una *plataforma social de música* que permite crear y compartir, aunque hace hincapié más en el *share* que en la creación de nueva música.

Al registrarse se selecciona el rol frente a la música que el usuario manifiesta (*fan de la música, cantante, guitarrista*, etc.). Luego ofrece tres pestañas, una de las cuales lleva al editor de música: este ofrece una interfaz que simula una mezcladora *multitrack,* que permite grabar y programar sonidos con un editor y simulador de instrumentos y con dispositivos MIDI. La otra pestaña, *Explorar*, lleva a una especie de catálogo de usuarios. Esta sección funciona a modo de soporte de difusión: se puede acceder a las biografías de músicos nuevos o explorar aleatoriamente por géneros (con limitaciones: no aparecen géneros populares como el reggaetón y la cumbia).Finalmente la opción *Biblioteca* permite acceder a proyectos creados por otros o crear los propios y subirlos. Luego cualquiera los puede descargar y agregar una pista. Aparecen dos modalidades para compartir lo creado: una como posteo en el muro de la persona, al estilo de muro de Facebook, y la otra cargándolo como “proyecto” a la base de datos del sitio.

Hay que destacar que BrandLab -que también ofrece la posibilidad de descargarse como aplicación para celular- tiene cierto parecido con Tumblr o a Instagram en cómo se presentan los usuarios para tener followers.

Presentada como una aplicación para agregar sonidos a canciones existentes aparece *Songtree*. En ella se explica que cuando se postea una canción, otros músicos la pueden disfrutar y que a partir de ahí uno debe esperar sorprenderse con lo que pasa.

Uno de sus ejes de funcionamiento es el lanzamiento de *contests* que consisten en dejar *bases* sobre las que otros usuarios realizan operaciones (agregar un instrumento, cambiar el tempo, sumar la voz). Estos agregados aparecen graficados como ramas de árboles en los que uno puede ver que el agregado de un usuario es seguido por una respuesta de otro que hace que el primero retome, agregue o elimine algún aspecto de su primera intervención en una segunda y así sucesivamente.

No se trata de una aplicación para hacer música sino solo para compartirla. Cada usuario tiene un perfil en el que se ofrecen cuatro variables: las canciones subidas, las fotos, los reposteos que ha hecho de otro usuario y las estadísticas (cuántas veces fueron escuchadas sus canciones, cuántas fueron valoradas mediante “me gusta”, cuántas incluidas en el árbol de otros, y cuántas escuchas han tenido esas *derivas*, como las llama la página). Además ofrece una clasificación de usuarios por cantidad de canciones subidas (*iniciado, novato, escritor, compositor*, etc.).

En cada posteo el usuario puede interactuar mediante opciones de acción como “me gusta”, re-postear, compartir, invitar a colaborar o comentar. La aplicación no permite la composición o ejecución musical. Para ello invita a subir una música grabada en otras aplicaciones. Posee una app para celular y la posibilidad de descargar una interface para la PC.

Track D se autoproclama como “un estudio de ideas en el bolsillo”. Es el resultado del desarrollo de un estudio de grabación londinense (Trident Studios) No tiene aplicación web y solo funciona en dispositivos IOS. Se presenta como una aplicación de grabación multipista de ocho canales. En ella es posible interactuar con otros usuarios, pero el control de quienes colaboran lo tiene el autor del proyecto original. No se trata de una aplicación abierta. Opera solo como aplicación para celular.

Definida en su web, también, como un estudio de grabación portátil encontramos a *Soundtrap.* La interfaz ofrece una pantalla *multitrack* en la que se pueden grabar los distintos instrumentos simulados por el dispositivo. Permite seguir y ser seguido por otras personas. Las canciones para escuchar no se ofrecen como posteos de muro sino como recuadros con la foto del usuario y una simulación de reproductor de la música. La pantalla se parece visualmente más a un catálogo de avisos de CBS de la Década del ´60 (Videla, 2006) que a la plataforma de Mark Zukerberg. Permite interactuar con otros a partir de acciones de dar “*me gusta*”, *compartir y comentar*. Ofrece además un indicador de cantidad de reproducciones recibidas por la obra ofrecida por el usuario. Este tiene un perfil al que se puede acceder y en el que se muestra una cabecera con su foto en el lateral que evoca la estética del perfil de usuario de Twitter. Debajo de esta aparece a la derecha una biografía o declaración de intenciones del usuario y a la derecha el catálogo de canciones. El reproductor de canciones no se puede avanzar ni retroceder: solo iniciar o pausar.

*Walkband*es una aplicación Android de composición y grabación de música mediante un simulador de instrumentos. En términos de colaboratividad está más cerca de la difusión que de la co-creación. Tiene una pestaña llamada *zona de música* que permite acceder a lo producido por otros a modo de muro como el de Facebook. Allí se puede dar “*me gusta*”, “*me encan-*

ta", *comentar* y *reproducir*. Este es el espacio en el que se resuelve la colaboratividad.

RedPanal se propone como una "comunidad autogestiva libre, colaborativa, abierta y participativa" que promueve "el uso de herramientas que nos permitan crear, remixar y compartir nuestras producciones" Tiene una interfaz muy simple y la base es subir archivos de música a la red para que sean trabajados por terceros. Permite armar micro comunidades. Los perfiles se muestran como en Twitter: foto y botón de seguir con datos específicos del sitio (cantidad de pistas subidas, cantidad de proyectos y cantidad de seguidores). Al hacer click en el nombre se accede a un reproductor que indica características técnicas.

*Kompoze*es bastante singular. En Castañeda (2007) se la cita como ejemplo de plataforma para ser usada con fines educativos. Más interesante aún es que antes de empezar a usarla se deben establecer las pretensiones respecto de los derechos de autor: tanto para la letra como para la música. Se puede autorizar o no el uso de los desarrollos o fragmentos para *spinoff*.

Las posibilidades de interacción recuerdan modelos pre-redes sociales, pre-Internet, de construcción de una banda. El usuario anuncia la búsqueda de un músico para su emprendimiento. Se ofrecen canciones que necesitan guitarrista, canciones que necesitan un cantante. El que decide colaborar es invitado a elegir por género musical. El creador decide si acepta o no las colaboraciones ofrecidas que en su adición se van sumando a la obra.

Finalmente encontramos a *Pocketband.* Fue descrita por Fernández y Rosso (2014) y según ellos

> *"la aplicación PocketBand ( ), se ofrece como un estudio musical portátil que combina de modo funcional una interfaz amigable al usuario con una conectividad a redes que permiten compartir*

las composiciones elaboradas por el usuario. No es necesario estar especializado en la producción de sonido para poder utilizar esta aplicación, ya que ha sido diseñada especialmente para algo así como usuarios promedio ( ) Sobre la composición musical se funda una comunidad interactiva, a modo de red social en la que se publican contenidos y se localizan otros usuarios con intereses similares. Se puede buscar por canción, persona o incluso banda, y elegir a qué usuarios seguir".

Observaciones

El repaso de las plataformas permite describir que la *oferta de posibilidades de la interfaz* trabaja sobre una serie de variables, a saber:

- **La ejecución de las composiciones:** están las que incluyen simuladores de instrumentos, sonidos propios, y las que permiten solo subir lo grabado con instrumentos por fuera de ella.

- **El tipo de músico construido:** las facilidades que ofrece una plataforma, la forma en la que se presentan las opciones, la apertura o cierre, hacen a la construcción del usuario o bien como un *aficionado*, o bien como un *músico formado*. El primero aparece como resultado de que la sencillez operativa y la posibilidad de trabajar con segmentos preformateados resulte en un producto *escuchable y satisfactorio* luego de un rato de pruebas, ensayo y error. El segundo es el tipo de usuario que se construye cuando la plataforma impide avanzar sin conocimientos musicales previos de cierta envergadura.

- **El foco en la interacción o en la composición:** algunas plataformas configuran al usuario como un músico que luego va a operar sobre la obra de otro pero que, en principio, desarrollará su propia composición. Otras

operan a partir de la idea de estar a disposición de la obra de otro, como *Songtree.*

- **El control sobre la obra:** algunas plataformas trabajan sobre la idea de que no existen los derechos de autor, y existe una libertad creativa plena, como en los *contests* colaborativos. Otras, como *Kompoze*, establecen que, antes de iniciar una colaboración, el autor inicial fija de qué modo se ejecutarán esos derechos, limitando así la colaboración y modificación sobre la obra original.

- **La movilidad:** están las plataformas que trabajan con la opción de funcionar como aplicaciones para celulares y tablets, y las que solo operan en la web (y los navegadores Android o IOS no las soportan), con la opción de descargar el software a la computadora personal o PC.

- **La construcción de la comunidad:** en un extremo están las plataformas que permiten contactos a modo de Facebook (red abierta para comentar y evaluar), y las que trabajan en redes más tipo Whatsapp (red cerrada a conocidos).

Otra tipología puede elaborarse a partir de los *modos en los que se presenta la comunidad de composición*.

Esta puede trabajar a partir de un **modelo aditivo-individualizante**, cuya creatividad es no dirigida: cada individuo decide si retoma, y de qué modo, la creación de otro. El foco está en la comunidad y sobre todo en la difusión. Es el caso de *SoundCloud*, que funciona como una aplicación de intercambio de música en la que muchos usuarios suben sus propias versiones de algunas canciones. Lo colaborativo aquí aparece como el resultado de una actividad, no necesariamente presente en la propuestaoriginal, pero que resulta como propia de una parte del segmento de individuos que se interesan por ella.

Otros casos como *Soundation* o *Kompoze* operan con lo que denominamos un **modelo aditivo con control de la obra.** Así como en la composición entre el adulto y el infante, es el adulto el que regula qué de lo que agrega el infante se suma a la composición, en estas plataformas el músico que agrega contenido una producción musical debe esperar que el autor inicial lo apruebe.

Finalmente, casos como *Songtree* o *REDpanal* trabajan en el modo que denominamos **aditivo de bajo control de la obra.** Allí, como ocurre con el modelo que describe TODD, se suman agregados a la obra original, desde la creatividad, sin un destino o control prefijado de los músicos que la trabajan. Más aún, en *Songtree* se ofrecen riffs o bases para que los usuarios compitan en agregarle instrumentos y las conviertan en canciones.

Estas observaciones nos permiten desarrollar la idea de un tipo de usuario construido en un eje, un continuum, que va desde la figura del músico académico hasta la del entusiasta, pasando por el músico amateur. Al primero se lo identifica como resultado de la baja oferta de formas de producir la música. Son los casos de *Koompoze* y *REDPanal* que no tienen editores de música en la oferta. Lo que supone alguien con el entrenamiento suficiente en la ejecución y grabación de instrumentos.

En el extremo opuesto aparecen *AudioSauna* o *Walkband* que ofrecen simuladores de instrumentos y generadores de acordes para completar la composición.

De lo antedicho se puede plantear una disposición de las plataformas del siguiente modo (Figura 1):

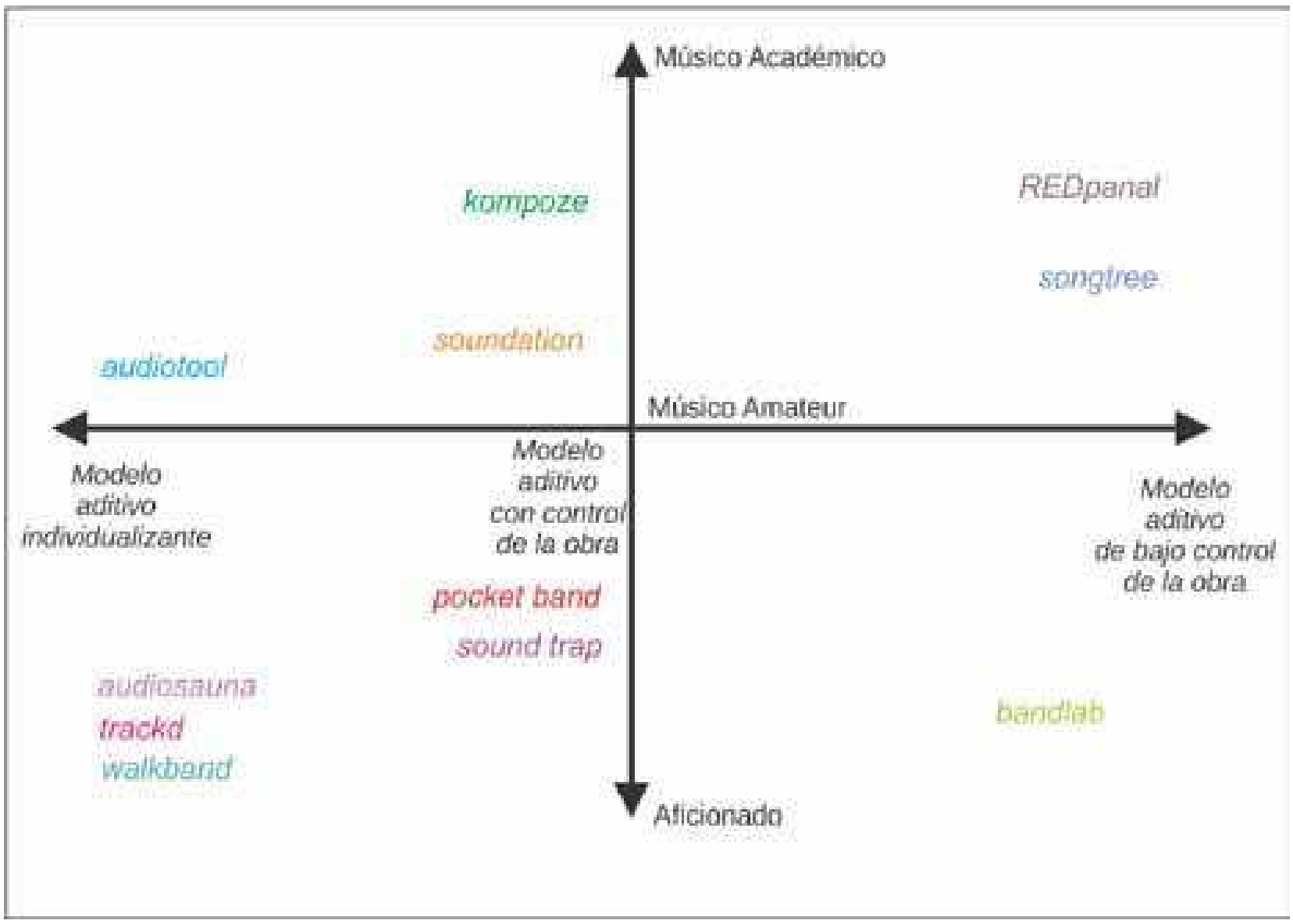


Figura 1

Conclusiones

Los límites difusos del objeto.

Los objetos analizados operan sobre la premisa de permitir la creación y la colaboración entre usuarios. Se obtiene así una experiencia grupal mediatizada en la generación de música. Entre ellas difieren en los tiempos en los que se llevan adelante esos intercambios. Mientras *Kompoze* y *Songtree* obligan a grabar un fragmento, subirlo a la red, a la espera de una respuesta, *Soundation* ofrece la posibilidad del HANGOUT (videollamada), es decir, encontrarse virtualmente en ella, mediante

cámara y micrófono, participar de una juntada grupal. Lo más cercano a la sensación de *fogón entre amigos*[45].

Si bien definimos al inicio cómo entendíamos nuestro objeto, aparecen casos de análisis complejos. Se trata de aplicaciones que terminan funcionando como plataformas colaborativas, sin que esto esté presente en la propuesta original. Nos referimos por ejemplo, a dos casos: *Soundclud* y *Walkband*.

El primero es presentado como del lado del intercambio de música pregrabada. La mayor parte la componen canciones de artistas del mainstream subidas por usuarios comunes. Sin embargo, para algunas obras se encuentran versiones propias de los usuarios al modo de lo que describimos al inicio como modelo aditivo individualizante: sujetos que agregan su música sobre la música de otro.

Es decir que a una aplicación ofrecida con ciertos fines, las prácticas de sus usuarios la ubican en el borde de nuestro objeto. Entendido esto en el sentido en el que José Van Dijk (2016) plantea las interacciones entre usuarios y plataformas como el resultado de una negociación entre la propuesta y las necesidades/deseos de uso.

---

4. En Argentina esta denominación se refiere a una reunión de amigos en ronda para la ejecución, con una o más guitarras de tipo española, de canciones populares. Fue propio de los movimientos juveniles en la década del 60, vinculado al folclore y el incipiente rock en español y que llega hasta nuestros días. Su nombre deriva de la costumbre de los gauchos en el siglo XIX de juntarse frente a un fuego para ejecutar su música en grupo.

5. En respuesta a la presentación de este artículo en el coloquio CIM de 2018, Sandra Valdettaro realizó una más que interesante observación que se vincula a esta idea de permitir el funcionamiento de las plataformas más cerca del modelo de grupo de amigos que del músico profesional. Ella sugirió atender a cuánto de los desarrollos de este tipo de plataformas atraviesa la barrera del juego amateur para ser parte de los resultados que ofrece el mainstream de la industria musical. Al menos hasta el momento, no se registran experiencias de uso profesional masivo de ellas.

El caso de *Walkband* es el de una aplicación para hacer música en el celular. Se piensa a sí misma para hacer y compartir. Propone una red social, pero del lado de red de difusión. Sin embargo, en algunos comentarios aparecen propuestas de agregados o intercambios que hacen que sea posible la música colaborativa.

Lo mismo puede decirse de fenómenos como Musically, que permiten la adición de movimiento (cercano a la danza) sobre fragmentos de obras de artistas reconocidos o no, y la posibilidad de que se agregue movimiento a la versión de un tercero sobre una obra. También, añade la posibilidad de componer una secuencia de canciones a través de las playlist de Spotify o Tidal, que se pueden compartir y editar.

Es así como retomamos la idea que guió el encuentro sobre mediatizaciones y big data que fuera la excusa original para la presentación de estos resultados. Hablamos pues de la tensión entre el análisis cualitativo y el de datos masivos. Creemos que en todos los casos la búsqueda de estatutos (Fernández: 2017) de funcionamiento es la base para comenzar a plantearse modos de interacción con quienes llevan adelante trabajos vinculados al big data. Frente a la inabarcable cantidad de datos de usuarios, las premisas cualitativas de modos de funcionamiento son las que deben guiar las preguntas que ordenen la construcción de algoritmos para obtener respuestas operativas.

Referencias bibliográficas:

Castañeda Quintero, L. (2007) Software social para la escuela 2.0: más allá de los Blogs y las Wikis. En: *Inclusión Digital en la Educación Superior: Desafíos y*

Oportunidades en la sociedad de la Información. X Congreso Internacional EDUTEC2007. Edición electrónica. Buenos Aires: Universidad Tecnológica Nacional.

Dissanayake, E. (2000)“Antecedents of temporal art in early mother infant interaction” En: Wallin, Merker& Brown (2001) *The origins of music.*(389-410) Cambridge: MIT Press

Españo, S. (2004) *Cómo hacer cosas sin palabras*. Madrid: Antonio Machado

Fernández, J.L. (2018) *Plataformas Mediáticas.* Buenos Aires: La Crujía

Fernández, J.L. (2017) “Estatutos vs listas para enfocar las transformaciones mediáticas. Academia.edu

Fernández, J. L., Rosso, G. (2014) Producción musical y movilidad En:https://musicapostbroadcasting.wordpress.com/2015/04/30/produccion-musical-y-movilidad

Giraldes (2010) La composición musical como construcción: herramientas para la creación y la difusión musical en internet. En: *Revistalberoamericana de Educación. N.º 52* (2010), pp. 109-125

Merker, B. (2000) Synchronous Chourusing and human origins En: Wallin, Merker& Brown (2001) *The origins of music.*(315-328) Cambridge: MIT Press

Mithen, S. (2007) *Los neandertales cantaban rap*. Barcelona: Crítica

Todd, P (2000) Simulating the evolution of musical behavior, En: Wallin, Merker& Brown (2001) *The origins of music.*(361-388) Cambridge: MIT Press

Van Dijck, J. (2016, 2013). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales.* Buenos Aires: Siglo XXI

Videla, S. (2006) Un fragmento de vida no musical de la música: publicidades de compañías discográficas a principios de la década del ‘60. En: *Intersciencie Place Vol 1.*Nro 1. Rio de Janeiro: UNERJ

Videla, S. (2009) Segundos afuera! El juego musical como un ring semiótico. En Dutto, S. y Asis Ferri, P. (eds.) *La experiencia artística y la cognición musical*. Córdoba: SACCoM.

Referencias electrónicas

Red Panal https://blog.redpanal.org/que-es-redpanalRelease 2017

Audiotoolhttps://www.audiotool.com/

AudioSaunahttp://www.audiosauna.com/

Soundationhttps://soundation.com/

Jam Studio http://www.jamstudio.com/Studio/index.htm

Bandlabhttps://www.bandlab.com/

Songtreehttps://songtr.ee/welcome.php

Centro de Investigaciones en Mediatizaciones

Facultad de Ciencia Política y RRII - UNR

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

CONFINGERE HOMINEM COGITANTEM

ISBN 978-987-702-292-6