



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

Zonas de la mediatización: propuestas para el estudio de plataformas, redes e interfaces

*Mariana Busso
Irene Gindin
Editoras*

UNR

Zonas de la mediatización : propuestas para el estudio de plataformas, redes e interfaces / Mariana Patricia Busso ... [et al.]; editado por Mariana Patricia Busso ; Irene Lis Gindin. - 1a ed. - Rosario : UNR Editora. Editorial de la

Universidad Nacional de Rosario, 2020.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-702-390-9

1. Ciencias de la Comunicación. I. Busso, Mariana Patricia, ed. II. Gindin, Irene Lis, ed.

CDD 302.231

Editoras Compiladoras

Mariana Busso

Irene Gindin

Diseño y producción editorial

Mariángeles Camusso

ISBN 978-987-702-390-9



9 789877 023909



Centro de Investigaciones
en Mediatizaciones

Facultad de Ciencia Política y RRH - UNR

Directora

Dra. Sandra Valdetaro

Co-directora

Dra. Natalia Raimondo Anselmino

Comité Académico

Dra. Mariana Maestri

Dra. María Cecilia Reviglio

Dra. Florencia Rovetto Gonem

Dra. Mariana Patricia Busso

Lic. Mariángeles Camusso

Dra. Irene Lis Gindin

Coordinadora del Área de Vinculación Académica Internacional

Dra. Mariana Patricia Busso

Coordinadora de Comunicaciones

Lic. Mariángeles Camusso

Índice

Prólogo	6
<i>Irene Gindin y Mariana Busso</i>	
Mediatizaciones y unidades de análisis: aproximaciones a la complejidad	11
<i>José Luis Fernández</i>	
Posverdad, 'fake news' y prensa: apuntes sobre la tematización de una relación conflictiva	42
<i>Mariana Busso y Mariana Maestri</i>	
Mediatizaciones en jams de música de raíz afronorteamericana de Buenos Aires	61
<i>Emiliano Vargas</i>	
Interpretantes. Destinación colectiva y modelización de identidades en la mediatización contemporánea	95
<i>Mariano Fernández</i>	
Zonas de la mediatización universitaria: un acercamiento impresionista al problema de las plataformas digitales, el conocimiento y la educación en la universidad	118
<i>María Cecilia Reviglio</i>	
Las otras Campañas Educativas: Un abordaje socio semiótico de las estrategias publicitarias de instituciones educativas del nivel superior	138
<i>Virginia Beduino, Mariángeles Camusso, Karen Kuschner y Cecilia Ullúa</i>	

Jóvenes, interfaces y retóricas: las formas de enunciación de los jóvenes estudiantes en el marco del programa 'Conectar Igualdad' 170

Eduardo Pelosio y Naimi Furlan

Cultura erótica en la prensa femenina de los '60: un archivo digital 188

María Laura Schaufler

Mediatización de una red/en una red: el Archivo personal de trabajo de Eliseo Verón como intertexto, interdiscurso e interfaz 205

Gastón Cingolani

prólogo

Irene Gindin

Mariana Busso

Este libro reúne trabajos que fueron originalmente presentados en el Coloquio del CIM “Zonas de la mediatización: plataformas, redes e interfaces”, realizado el 8 y 9 de agosto de 2019 en el Instituto de Investigaciones de la Facultad de Ciencia Política y RR.II. (UNR) de la ciudad de Rosario, en lo que representa una continuidad de los distintos coloquios, jornadas y simposios realizados por el Centro de Investigaciones en Mediatizaciones desde su creación.

Siguiendo con la dinámica propuesta para estos libros, los autores han podido contar con un tiempo de reflexión y de elaboración para sus trabajos, que permite integrar en ellos las discusiones que se despertaron en el Coloquio. Sin embargo, lo que hubiera sido un discurrir normal en el proceso de realización de este ebook se vio profundamente conmovido por un evento de alcances todavía impensables: la emergencia sanitaria causada por el coronavirus Covid-19.

Estas líneas, este prólogo, se escribe justamente en el marco del así llamado “aislamiento social, preventivo y obligatorio” dispuesto por el gobierno nacional argentino para disminuir los contagios causados por el virus. No se trata de un hecho anecdótico, o que atañe a la intimidad de las abajo firmantes,

sino que –por el contrario– implica un cambio en las dinámicas sociales, económicas, laborales, educativas y hasta domésticas que estábamos lejos de poder imaginar, y cuyas consecuencias todavía resultan difíciles de prever. Entre ellas, cambios del índole de lo privado y lo público: como dijo Sandra Valdetaro recientemente “Si la noción tradicional de esfera pública racionalística ya no resultaba sostenible en épocas que podríamos nombrar como ‘normales’ de mediatización icónico-indicial –siendo, obviamente, la normalidad, otro de nuestros simulacros tranquilizadores–, la realidad potentemente invisible del virus global produce un escenario hibridado de espontaneidad y artefactualidad de mediatización de lo privado”¹

En ese marco, los textos que se incluyen en este libro no pretenden dar cuenta de ese “ambiente”, porque fueron concebidos antes que éste se hiciera cuerpo, y cuando el presente actual sólo parecía concebirse como una distopía hollywoodense. Sin embargo, las problemáticas que se plantean en ellos abren interrogantes plenamente vigentes, y que nos permiten abordar distintas plataformas e interfaces y los procesos de significación –inevitablemente mediatizados– que allí se suceden y que, quizás más que nunca, es necesario abordar hoy.

Así, el volumen presenta un recorrido que atraviesa zonas más bien teórico-metodológicas acerca de distintas interfaces, como en los artículos de José Luis Fernández y de Mariano Fernández, pasando por el abordaje de casos empíricos presentes en distintos medios masivos y plataformas de Internet, como en el caso de las propuestas de Mariana Busso y Mariana Maestri, por un lado, y de Emiliano Vargas, por otro. Asimismo, las interfaces educativas tienen un lugar relevante en este libro: los artículos de Cecilia Reviglio, Mariángeles Camusso, y Eduardo Pelosio y Naimi Furlan abordan la mediatización de

1. Valdetaro, S. (30 de marzo de 2020). El virus es el mensaje. Hipermediaciones. Recuperado de: https://hipermediaciones.com/2020/03/30/el-virus-es-el-mensaje/?fbclid=IwAR1gZM6A76lmbHxOop5v0tYqwCehdkAlNeEc2rlxShIN7iUYfbcugdbQ_ZM

los procesos de enseñanza/aprendizaje dando cuenta de diversas cuestiones en lo que se plantea como la problematización de distintos aspectos relativos al empleo de interfaces y dispositivos educativos. Una tercera línea de trabajo está dada por los artículos de María Laura Schaufler y Gastón Cingolani, puestos ambos a analizar la conformación de archivos en distintos soportes, así como las prácticas asociadas en lo que respecta a su delimitación y acceso.

El libro se abre, entonces, con el artículo de José Luis Fernández. Allí, en base a trabajos anteriores tanto del autor como de su equipo de investigación, se insiste en la idea de considerar a los *sistemas de intercambios discursivos* como unidades de análisis y se propone lo que Fernández denomina como un *contrato de interdisciplina* con el fin de lograr cierto consenso en torno a determinados conceptos (mediatizaciones, plataformas mediáticas, interfaces, entre otros). El artículo de Mariano Fernández, que aparece más tarde en este volumen, también presenta una fuerte vocación programática, analizando la noción de colectivos de Eliseo Verón en relación al empleo de la teoría del signo de Peirce, y planteando su posibilidad de aplicación en distintas problemáticas empíricas, desde productos mediáticos como la televisión, hasta sitios de redes sociales en Internet.

Las redes sociales online y su interjuego con los medios de prensa tradicionales aparecen en el artículo de Mariana Busso y Mariana Maestri, para indagar acerca de la producción, circulación y recepción de *fake news* y noticias ligadas a la así llamada *posverdad*, en un contexto donde parecieran avizorarse nuevos rasgos para la mediatización del discurso periodístico. Por su parte, Emiliano Vargas propone un escrito donde presenta los resultados preliminares del estudio de perfiles en la red social Instagram de jams de música afroamericana, proponiendo y operativizando categorías para el estudio de la mediatización de lo musical, buscando articular en esa pro-

puesta un enfoque semiohistórico de la semiótica de las mediatizaciones.

Además de las problemáticas mediáticas, también la educación aparece en este compilado como un ámbito de ricas reflexiones en torno a las interfaces dedicadas al área y a las consecuencias en el proceso de enseñanza y aprendizaje que éstas conllevan. El artículo de Cecilia Reviglio, en ese sentido, es una aproximación a la materialidad significativa de las interfaces online de espacios de educación superior de la Universidad Nacional de Rosario, guiada por la pregunta de las modalidades de interacción que ellas habilitan. Mariángeles Camusso, por su parte, aborda los portales de distintas facultades de comunicación de Rosario y la región, identificando las particularidades comunicacionales y estéticas de cada una de dichas propuestas educativas en relación a la construcción de sus públicos. Finalmente, en el trabajo de Eduardo Pelosio y Naimi Furlan se aborda la emergencia de experiencias educativas novedosas en la enseñanza secundaria, en el marco de la democratización del uso de tecnologías informáticas en el aula, e interrogándose acerca de las formas de validación de la cultura mediática en el ámbito escolar.

Este libro se cierra con dos artículos que dan cuenta de proyectos de elaboración y de sistematización de archivos en soportes de Internet. El de María Laura Schaufler pone en relieve el trabajo de recopilación y digitalización de materiales extraídos de revistas femeninas de los años '60, en lo que representa una suerte de puesta en circulación de material originalmente concebido para un trabajo académico pero que, con su guardado en un sitio de Internet creado a tal fin, adquiere no sólo otro cariz de accesibilidad sino de puesta en sentido en distintos ámbitos que desbordan al universitario. El artículo de Gastón Cingolani, con el que se cierra este volumen, presenta los avances de un proyecto de investigación que excede largamente a su objeto: la sistematización y el archivo digital de los materiales y borradores que dejara en legado el semió-

logo Eliseo Verón. La presentación de Cingolani, en ese sentido, devela no sólo los derroteros posibles de un archivo sino también la “cocina” de la enorme tarea de organización que éste implica, siguiendo, por ejemplo, la propia teoría de la discursividad de Verón para la organización de su archivo. Permite, asimismo y tal como lo plantea el autor, poder “integrar la imagen del Verón autor con el del Verón consultor, el Verón profesor, el Verón investigador en equipo”. Nos posibilita, finalmente, ir más allá y atisbar la perdurabilidad de la producción teórica del intelectual que lo genera.

Con este número, el Centro de Investigaciones en Mediaciones alcanza su e-book número 8 , una política editorial mantenida a lo largo de los años y que se configura en la necesidad –y el deseo– de aportar a los debates y diálogos en torno a los procesos de mediatización.

Además de los autores que han sumado sus trabajos a este e-book, participaron del Coloquio: Cecilia Echeopar, Irene Gindin, Ximena Tobi, Pablo Urbaitel, Jimena Jáuregui y Santiago Videla, Victoria Noya y Florencia Rovetto, Analía Brarda, Karen Kuschen y Viviana Marchetti, Ezequiel Viceconte y Agustina Bergmann, Guillermina Durando y Ariana Piccioni, Ricardo Diviani, Sandra Valdetaro y Rubén Biselli. Agradecemos a los autores y expositores de los distintos encuentros el compromiso por continuar sosteniendo este espacio.

Mediatizaciones y unidades de análisis: aproximaciones a la complejidad

Mediatizações e unidades de análise: abordagens da complexidade

José Luis Fernández

UBACyT - UNTREF

unjlfmas@gmail.com

Resumen

Buena parte de las investigaciones sobre las diversas mediatizaciones se mueven en la tensión entre la reconocida complejidad de los fenómenos estudiados y la presentación de resultados simplificadores, a la espera de que en algún momento la complejidad pueda ser abordada.

En este artículo se propone, para las investigaciones sobre mediatización, la recuperación de la problemática metodológica de las *unidades de análisis* como resultado del cruce entre *objetivos* y *metodologías de investigación* que producen la selección de un cierto *material* para

ser analizado y *diversos procedimientos de trabajo*. Se proponen definiciones de fenómenos y metodologías de investigación para defender la complejidad de las mediatizaciones, asediada por las simplificaciones del sentido común, aun en el ámbito académico.

Palabras Clave

mediatización, complejidad, sistemas, intercambios, unidades

Resumo

Grande parte da pesquisa sobre as várias mediações se move na tensão entre a complexidade reconhecida dos fenômenos estudados e a apresentação de resultados simplificadores, esperando que a complexidade seja abordada em algum momento.

Este artigo propõe, para a pesquisa de mediação, a recuperação dos problemas metodológicos das unidades de análise como resultado do cruzamento entre os objetivos da pesquisa e as metodologias que produzem a seleção de um determinado material a ser analisado e os vários procedimentos de trabalho. Definições de fenômenos e metodologias de pesquisa são propostas para defender a complexidade das mediações, cercadas pelas simplificações do senso comum, mesmo no campo acadêmico.

Palavras-chave

mediação, complexidade, sistemas, trocas, unidades

1. El enfoque en la complejidad¹

El reconocimiento de la complejidad de las mediatizaciones es una de las claves para evitar el sentido común que asedia a las investigaciones sobre lo mediático, simplificándolas o dejándolas en soledad, o como pertenecientes a algún campo muy especializado del saber sobre lo comunicacional.

Es verdad que es un lugar común hablar de la *complejidad* de los fenómenos sociales, pero sobre la que nos apoyaremos aquí es una concepción muy específica sobre ella, que podría denominarse como *complejidad operativa*.

No será nuestra complejidad en esta ocasión, la que tan precisamente Sandra Valdetaro rescata de Immanuel Wallerstein explorando los límites de las ciencias sociales en el cruce con nuevas concepciones de las ciencias exactas y naturales que lo lleva a la aceptación de la “incertidumbre intrínseca e inherente” en el acaecer humano (Wallerstein en Valdetaro, 2015, p. 154). Tampoco la complejidad elegida aquí será la de Edgar Morin, entendida como una especie de *meta-organización* del conocimiento, en el “nudo gordiano del problema entre lo empírico, lo lógico, y lo racional” (Morin, 2018, p. 24); un enfoque macro sobre la complejidad, insistente en el autor, que se opone a la noción de *simplicidad* (Morin, 2019, pp. 32-35).

La complejidad que convocaremos se sitúa como más cercana al de la *teoría de los sistemas complejos* como la ha expuesto Rolando García (2006). Según García, un sistema complejo está constituido por un conjunto de elementos en continua interacción. Ello implica:

Que el sistema, como totalidad, tiene propiedades que no son la simple adición de las propiedades de los elementos;

1. Este artículo continúa y pretende profundizar las relaciones entre interacción y enunciación que presentamos hace un tiempo en uno de los coloquios del CIM (Fernández, 2016). Está muy influido por discusiones con Sandra Valdetaro, Carlos Scolari, Gastón Cingolani, Natalia Raimondo Anselmino y Mon Rodríguez-Amat, además de mis colegas de docencia e investigación.

Que el sistema tiene una estructura determinada por el conjunto de las relaciones entre los elementos, y no por los elementos mismos;

Que las relaciones que caracterizan la estructura constituyen vínculos dinámicos que fluctúan de manera permanente y, eventualmente, se modifican de manera sustancial dando lugar a una nueva estructura.

En el punto *b.* se previene de que los elementos de un sistema pueden ser también complejos y tener su propia estructura y, en ese caso, serán considerados como subsistemas. Es evidente el enfoque sistemático del proceso de descripción y comprensión de los sistemas bajo estudio.

El enfoque lleva necesariamente a lo *interdisciplinar* porque la descripción exige tener en cuenta diversos niveles del tema de que se trate; lo veremos en detalle cuando describamos a los *sistemas de intercambio discursivo mediático*.

Lo interdisciplinar, por ejemplo, en las relaciones entre semiótica de las mediatizaciones y ecología de los medios puede encararse desde -al menos- dos puntos de vista: *por abajo*, desde lo micro, desde la interacción en una interfaz (Scolari, 2004; 2008; 2018), o *por arriba*, recorriendo los puntos de contacto entre semiótica de las mediatizaciones y ecología de los medios (Carlón, 2015). Ambos enfoques son complementarios y relacionados entre sí y con nuestro trabajo; pero, como siempre, preferimos el enfoque micro que nos organiza desde nuestro trabajo de investigación (Fernández, 2018).

La tensión entre complejidad y simplificación, en la investigación y en las preocupaciones sobre la mediatización, genera efectos en diversos niveles: hasta las tesis suelen ser presentadas como *work in progress*, por la inabarcabilidad de los objetos estudiados; las conclusiones son frecuentemente parciales, porque anuncian nuevas etapas de estudio; se complejizan las representaciones de resultados hasta el punto en que no se pueden visualizar completos en cuadros de Power

Point o en páginas impresas, y la necesidad de presentar alguna parte entendible en ponencias y artículos lleva a selección de aspectos verbales de lo mediatizado, más controlables por la presencia de verosímiles lingüísticos dentro del análisis del discurso, frente a la complejidad de mostrar discursos de sonido y audiovisuales.

El conjunto de estas limitaciones lleva a la distribución de resultados que presuponen a lo mediático sin que se presenten sus materialidades ni sus usos: políticos, marcas, fuerzas sociales, a través de sus *dis(re)cursos* se presentan como *diciendo algo*, analizado como verbal, construidos como si fueran personajes inmersos en una especie de *magma mediático* indiferenciado, en cierto modo equivalente al *magma de significaciones imaginarias* con sus efectos de encierro, que impide que se encuentre soluciones a los problemas dentro de ese mismo magma (Castoriadis, 1997, p. 198).

¿Se trata esta complejidad de un rasgo poco usual encontrado en mediatizaciones que, como las de sonido, o como algunas de las que se ejercitan en plataformas generalistas, tienen alguna intersección de fenómenos poco frecuente? De ninguna manera lo que denominamos *postbroadcasting* propone solamente nuevas relaciones entre medios nuevos y medios previos (Jáuregui, 2013; Koldobsky, 2016); también presenta intersecciones novedosas entre mediatizaciones y espacios públicos y geolocalizaciones (Cid Jurado, 2014; Traversa, 2015a; Brantner y Rodríguez-Amat, 2016; Tobi, 2019); nuevas relaciones entre fenómenos discursivos artísticos y sus mediatizaciones (López-Cano, 2018; Sánchez, 2019; Videla, 2019); también nuevos fenómenos de circulación discursiva que hacen explotar, por ejemplo, a los sistemas de recomendación (Cingolani, 2017), mientras la propia circulación se disuelve como fenómeno único cuando la observamos en detalle (Fernández, 2018a).

Como se ve, investigaciones cercanas entre sí, que conviven en espacios académicos y mediáticos más o menos comunes,

recorren mediatizaciones diferentes y –todavía– restan esas multiplicidades textuales que obligan a sutilizar las descripciones de fenómenos, como las diversas prácticas de edición de los comentarios en la prensa on-line (Porto-López, 2014), o los matices en las texturas de ciertas plataformas (Jansson, 2014), y las sutilezas de la comunicación urbana (Sznajder, 2013) o los metadiscursos de la movilidad (Maestri, 2015).

¿Y cómo se lleva esa complejidad micro con los esfuerzos macro de las teorías de la mediatización para reformular las relaciones de las nuevas mediatizaciones con los conceptos, prácticas y fenómenos nuevos? Se trata de movimientos muy variados, desde reconstrucciones de la observación con resonancias luhmanianas (Verón, 2013) hasta las discusiones sobre las mediatizaciones de larga duración (Verón, 2013; Traversa, 2016); desde redefinir una vez más a la época (Carlón, 2016), hasta el intento de reorganizar el conjunto del campo de las ciencias sociales (Hepp, Hjarvard & Lundby, 2015) o, muy polémicamente, proponer leyes generales de la interfaz (Scolari, 2018).

¿Deben considerarse esos dos campos como destinados a no interactuar? De ninguna manera. Además, todos tenemos momentos más *micro* y otros más *macro*, y hay autores que hacen esfuerzos por articular esa tensión (Latour, 2013). Pero no se puede discutir que, aún en nuestro propio trabajo, esa articulación es problemática, tanto en el momento de construcción de los resultados, como en el de su presentación y validación.

Como una respuesta parcial a esa problemática, propondremos aquí que, desde un punto de vista sociosemiótico, las *unidades de análisis* de la investigación en mediatizaciones sean los *sistemas de intercambio discursivo mediático*. Y desde esas unidades de análisis esperamos que se organicen mejor, al menos parcialmente, las actividades interdisciplinarias con la *ecología* de los medios, la *etnografía*, la teoría del *framing*, las aplicaciones del *big data*, la *historia de los medios* y la *economía* y la *planificación* de la comunicación. Respecto a los recorridos

macro, tal vez no se aumente la frecuencia de los intercambios, pero al menos podría servir para que fueran más productivos.

2. Definiciones para la interacción interdisciplinaria

La revisión que hacemos de nuestro trabajo, del que nos rodea y de aquellos con los que convergemos en el desarrollo de las investigaciones, muestra que hay fenómenos de *divergencia*, aún entre los que explícitamente nos incluimos en el mundo de las *mediatizaciones*, y entre los que lo hacemos desde un enfoque -al menos genéricamente- semiótico. No creemos que se trate de un problema de heterodoxia, dado que no habría ninguna ortodoxia que defender en un *trabajo en proceso*; es una parte inevitable del progreso en la investigación. Por ello, presentamos aquí cómo estamos definiendo nuestros objetos de estudio y los fenómenos que aislamos; sin pretensiones ontológicas, sólo operativas.

La problemática de las *definiciones* dentro del universo de las ciencias sociales está asociada a la noción de *concepto*. Pero ya Merton advertía contra la propuesta de que “la teoría está formada por conceptos, afirmación que por ser incompleta no es verdadera ni falsa, es vaga” y “sólo cuando los conceptos se relacionan entre sí en forma de sistema empieza a aparecer la teoría”, y “...una función del esclarecimiento conceptual consiste en hacer explícito el carácter de los datos subsumidos en un concepto” (Merton, 2006, pp. 163-164). Desde ese punto de vista, una definición sería válida si representa los datos incluidos en ella, pero esto es inoportuno para emprender un proceso de investigación en el que, de hallarse novedades conceptuales, obligarían a sostener proyectos, al menos provisoriamente, sin conceptos firmes.

Por otra parte, ya que estamos en el mundo de la semiótica, conviene manejar a las definiciones como enunciados del *tipo proposiciones asertivas no extensionales* (Eco, 1980, pp. 124-

129). Utilizar para las definiciones el formato de proposiciones asertivas no extensionales -es decir, que afirman algo sobre el referente que se va a estudiar, pero que de ninguna manera implica que cubra toda la *extensión* que puede tener el fenómeno-, tiene como primera ventaja la concepción operativa de la definición; vinculado a cierta forma de producción de sentido, lo *asertivo* se sostendrá mientras no aparezcan observaciones o, mejor, *datos* que muestren su límite *intensional*.

Proponemos entonces en el conjunto de este trabajo, pero como propuesta de *contrato de interdisciplina*, las definiciones que estamos utilizando en el desarrollo de las investigaciones en las que estamos involucrados:

▪ **Mediatizaciones:** es el universo general de estudio de nuestro trabajo y denominamos así a todo sistema de intercambio discursivo o de servicios con soporte tecnológico. Toda mediatización está constituida por, al menos, tres series de fenómenos de vida relativamente independiente, convergentes en la mediatización de que se trate:

Dispositivos técnicos: los efectos de sentido del herramienta tecnológica que interviene, sean expansiones o restricciones, espaciales, temporales o espaciotemporales, de dimensiones indiciales, icónicas o simbólicas, en sentido peirceano; con diferentes presencias y ausencias de, por ejemplo, lo corporal.

Géneros/Estilos: provenientes del acervo cultural de la *región cultural* que se estudie, y que suelen tener reconocimiento, aunque diferenciado entre sí, tanto en la producción de intercambios como en el reconocimiento de los mismos, aunque no se intervenga directamente. En principio, no conviene introducir en esta serie la noción de *lenguaje* porque, en primer lugar, es controversial; pero, además, para nosotros no corresponde

(como ejemplos entre muchos otros) hablar de lenguajes radiofónicos, televisivos y twitteros².

Usos sociales: cada mediatización se sostiene como tal porque es utilizada por la sociedad para ciertas actividades y finalidades más o menos generales, reconocidas por los nativos de la sociedad en que se producen; así, no hay nativos que no sepan que las mediatizaciones publicitarias están presentes para centralmente incentivar la compra, o que no diferencien las mediatizaciones informativas de las ficcionales, aunque reconozcan también los usos ambiguos de cada una de ellas.

▪ **Plataformas mediáticas:** denominamos así a las *interfaces* de las redes sociales, páginas, sitios web y aplicaciones, que actúan como espacios-soportes de diversos sistemas de intercambios mediatizados. Un aspecto clave a tener en cuenta es que, precisando una clásica noción McLuhaniana, los usuarios *viven en red*, pero sólo interactúan a través de sus plataformas; a partir de allí, presuponen los resultados de su acción o inacción en la red. Las plataformas se presentan como verdaderos *contextos* sociales de la época, compitiendo o conviviendo, con instituciones de gobierno, partidos políticos, organizaciones sociales, espacios de performances artísticas diversas, o de encuentros cara a cara, con conocidos o desconocidos.

▪ **Interfaces:** luego de diversas discusiones con idas y vueltas de diversos autores sobre limitar o expandir la noción de *interfaz*, Carlos Alberto Scolari decide seguir la definición de interfaz de Pierre Lévy como todo aquello que "...reenvía a las operaciones de traducción, de puesta en contacto de ambientes heterogéneos..." (Scolari, 2018a, p. 11). De todos modos,

2. Mientras las clasificaciones en géneros y estilos forman parte de la vida sociocultural, la noción de lenguaje es teórica y obliga a discusiones en ese nivel en cada caso. En cambio, lo genérico-estilístico obliga a la precisión sobre los fenómenos observados, es decir, desde el primer momento se está en proceso de investigación. Por supuesto, se trata de una discusión epistemológica, inagotable, y que sólo parcialmente se puede dar aquí.

seguiremos usando la noción en diversos niveles de extensión; hablaremos de interfaces genéricas, a nivel macro, para todo sistema de articulación y pasaje entre sistemas; a un nivel *medium*, denominaremos interfaz a las diversas posibilidades que, en sus pantallas, las plataformas ofrecen a sus usuarios; y por último seguiremos utilizando la noción de *interfaz de usuario* a aquello que permita, en cada interacción, el *entre juego* entre usuarios diversos y diferentes intercambios e interacciones dentro de cada plataforma.

- **Ecosistemas:** se denominan así a los diversos *ambientes* (contextos) en los que se desenvuelve la vida social. Siguiendo las propuestas de la *media ecology*, hablaremos de ecosistema mediático por los ambientes socioculturales que posibilitan y/o limitan las diversas mediatizaciones; siguiendo el mismo esquema organizativo con las interfaces, hablaremos de ecosistemas *macro*, cuando se describan relaciones entre diversos medios y plataformas (*broadcasting* y *networking*, por ejemplo).

La noción de lo *discursivo mediático*, aún desde nuestro punto de vista semiótico, excede ampliamente la habitual noción de *contenido*. El *efecto* de una mediatización no será nunca el resultado de lo que se *diga* o *muestre*, sino del proceso de producción de sentido social en el que se inscribe. Por otra parte, la complejidad creciente de las diversas líneas de investigación en diferentes disciplinas nos obliga a precisar cuál es la *unidad de análisis* en nuestros proyectos de investigación.

- **Sistema de intercambio discursivo mediatizado:** es la *unidad de análisis* que proponemos como general desde los estudios semióticos sobre mediatizaciones. Denominamos así a todo proceso de interacción de textos (materiales portadores de sentido social) entre actores humanos o maquínicos, individuales o institucionales, en toma directa o con desplazamientos temporales, en contextos semejantes o diversos; la única gran categoría de sistemas de intercambio discursivo que se opone a los mediatizados son los intercambios cara a cara, pero reconociendo situaciones grises o híbridas, por ejemplo,

cuando se da una conferencia o clase a un público amplio, con el soporte de textos en pantalla o sonidos amplificadas.

Las relaciones que constituyen un sistema de intercambio discursivo serán recuperadas en diversos niveles de análisis, por ejemplo, los sistemas de intercambio mediático, en sus diversos momentos que se solapan, se han definido como en:

Broadcasting: un emisor centralizado para n receptores; definido así, incluye a la industria del libro; en tanto que modelo, es más importante por la indeterminación de los receptores que por su cantidad; pero cuando el número de receptores se hizo muy amplio, se convirtieron en *medios masivos*. Si bien todavía se suele considerar a este modelo como *unidireccional*, los emisores siempre requirieron respuestas de sus audiencias: la taquilla o las ventas, las diferentes mediciones de rating, las cartas de lectores o los llamados telefónicos muy tempranos a las radios fueron procedimientos de intercambio, aunque con un *delay* que justificó la aplicación sobre ellos del modelo veroniano de distancia entre *producción* y *reconocimiento*, con la siguiente imposibilidad de estudio de la *circulación* (volveremos sobre esto más tarde).

Networking: lo denominamos así y no *netcasting*, como también suele hacerse porque, en términos estrictos, la más elemental recepción obliga a alguna toma de decisión por parte del receptor quien, por otra parte, es frecuente que pueda contestar inmediatamente; es decir, siempre el receptor tiene que hacer alguna acción, algún trabajo. De todos modos, como veremos, ni todos de los que participan en sistemas de networking lo hacen publicando, ni todos los intercambios que tecnológicamente se producen en red estimulan la interacción de todos los participantes.

Postbroadcasting: ni los medios masivos, en retroceso, tienden a morir, ni todo parece ser intercambios en red; lo que sí se ve es que los medios incorporan posts o formatos de red a los géneros tradicionales, y las plataformas mediáticas tratan de incorporar textos del broadcasting, sean espectáculos deportivos o links a medios informativos tradicionales. A ese fenómeno, central en la actualidad mediática, denominamos como *postbroadcasting* a falta de mejor denominación, pero que al menos sirve para recordar que el broadcasting no ha muerto (Fernández, 2013).

Lo que en un principio veíamos como la oposición entre broadcasting y networking, en el avance de las investigaciones fue mostrando diversos modos de intersección. Y nos hemos situado en una posición ambigua para estudiar intercambios en *postbroadcasting*: si se trata de fenómenos de plataformas, tomados por los medios masivos, los estudiaremos como casos novedosos de broadcasting y, cuando estudiamos fenómenos de mediatización masiva en las plataformas, los estudiaremos como un caso de networking, aunque se trate de una serie televisiva capturada y distribuida a través de YouTube.

3. El sistema de intercambio discursivo mediatizado como unidad de análisis

Denominamos sistema de intercambio discursivo a las diversas costumbres sociales por las que materialidades muchas veces complejas, consideradas por la cultura en las que viven como portadoras de sentido, y denominadas genéricamente como textos son producidas, distribuidas, interpretadas y respondidas por muy diversos procedimientos.

La tesis básica es que, en los textos que se intercambian, se encuentran marcas del uso que se constituyen en huellas de sus materialidades y dispositivos técnicos con los que están contruidos y distribuidos, de las clasificaciones genérico-esti-

lísticas en las que se inscriben, y de las propuestas de prácticas comunicacionales y relaciones con usos y hábitos de la vida social. En esas marcas se deben encontrar los actores (individuales, maquínicos o institucionales) que intervienen.

En el análisis de esos pasajes de marcas a huellas es imposible que aparezca el conjunto de los factores sociales, culturales y/o económicos que forman parte e inciden en el sistema, pero sí buena parte de ellos. Y lo más importante: si no se tienen en cuenta esas huellas que se construyen a partir de la materialidad del intercambio, se produce el efecto que denominamos de flotación en un magma mediático: el sentido debe ser permanentemente redefinido porque las diversas dimensiones de lo social requerirán su presencia, más allá de la voluntad del analista o del participante en el intercambio.

En un intercambio cara a cara pueden no intervenir dispositivos técnicos, pero sí, siempre, materialidades organizadas, más o menos rigurosamente: no es lo mismo lo verbal que lo musical, la gestualidad que la proximidad en los usos del cuerpo.

La noción de intercambio, por su parte, surge de lo más profundo de los estudios etnográficos y hay acuerdo en que Marcel Mauss (1979) le ha dado un impulso definitivo cuando, en su Ensayo sobre los dones, agregó al intercambio económico el intercambio de regalos, y denominó a este modelo de vida social como "acto social total". Esa concepción de la vida social como conjunto de sistemas de intercambio se puede relacionar con las nociones del interaccionismo simbólico: las complejas relaciones que permiten, pero también limitan, amplían, condicionan los intercambios comunicacionales.

Conviene tener en cuenta las observaciones que hace Lévi-Strauss al privilegio otorgado por Mauss al objeto maná como central en los sistemas de intercambio y al registro de que el cambio es lo que se observa sólo en el "dar, recibir, devolver"; Lévi-Strauss aclara que el sistema no está en el maná, o sus

equivalentes, y sus circulaciones, sino que lo importante es el sistema relacional en el que se inscribe (Lévi-Strauss, 1979: 32-39). Llevado esto a los sistemas de intercambio discursivo, desde que Verón dejó en claro que los discursos son lugares de pasaje del sentido y no de depósito o de acumulación, lo interesante de estos sistemas de intercambio no está en los imprescindibles textos que se intercambian, el maná comunicacional, sino en el sistema de relaciones que permiten su construcción y su intercambio.

Tal vez nadie como Umberto Eco haya hecho un gran esfuerzo, en sus momentos fundacionales, en proponer y discutir fronteras, límites y umbrales para diferenciar los sistemas de intercambio comunicacionales de los otros grandes sistemas de intercambio social, como el de los bienes y los de parentesco (Eco, 1980). Su conclusión es que “la semiótica estudia todos los procesos culturales como proceso de comunicación; (y) tiende a demostrar que bajo los procesos culturales hay unos sistemas” (Eco, 1980, p. 40). Buena parte de esa discusión, que incluía términos como código y como mensaje, quedaron un tanto olvidados por nosotros a partir de la definición de Verón de la semiosis social como “la dimensión significativa de los fenómenos sociales” (Verón, 1987, p. 125), y el enfoque en lo discursivo y el sentido, pero la posición fundante de Eco recobra vigencia en la medida en que Verón asimila mediatización a la autonomía y persistencia de la fabricación de instrumentos cortantes de piedra, como “primer interpretante, en la historia humana, del que tengamos una prueba material” (Verón, 2013, p. 176). Estas generalizaciones tan productivas, no han impedido que diferenciamos en diversas plataformas, intercambios discursivos, intercambios de vínculos afectivos e intercambios de bienes y servicios; y dejar constancia, en cada caso, de la presencia imprescindible de los intercambios discursivos.

Para que un sistema de intercambio discursivo sea inteligible y se pueda intervenir en él -además de lo material, de lo genéri-

co-estilístico y las costumbres de uso-, es necesario que entren en juego diversas relaciones (patrones, funciones, dimensiones) que permiten comprender la dinámica de su funcionamiento. Aquí describiremos seis entre las más importantes, indispensables para comprender la construcción del sentido del intercambio.

Las relaciones a tener en cuenta, que provienen de diversas tradiciones dentro de las ciencias sociales, son las de:

Reciprocidad: es un patrón, generalmente menos recordado que los de la simetría y los de la complementariedad, pero que puede ser considerado como básico porque tiende a disolver conflictos; hay reciprocidad cuando se parte de condiciones de asimetría en un intercambio, pero se tiende a la simetría en el largo plazo.

Simetría: esta relación se observa cuando los integrantes del intercambio tienen los mismos patrones de conducta o estilísticos, pero se diferencian en la orientación de esos patrones; la simetría es necesaria para sostener intercambios argumentativos o combativos, que requieren cierta equivalencia en los intervinientes.

Complementariedad: está presente cuando los patrones de intercambio son fundamentalmente diferentes y llevan a intercambios del tipo de la sumisión o del aprendizaje. Las relaciones entre simetría y complementariedad, como se sabe, han sido fructíferamente aplicadas por Eliseo Verón para lo enunciativo mediático.

Presuposición: si bien Oswald Ducrot está hablando de semántica en Presupuestos y sobreentendidos cuando comienza a formular la complejidad de este fenómeno, la descripción de lo que ocurre lo describe en términos del “conjunto de conocimientos que permiten prever cuál es el sentido que adquirió la ocurrencia (de un enunciado) en un contexto preciso” (Ducrot, 1984, p. 30), es decir, el sentido requiere la comprensión del

sistema discursivo en el que se inscribe el intercambio que puede ser, o no, equivalente entre los que intervienen.

Implicatura: cuando Paul Grice introduce la noción de implicatura lo hace como representante de un sistema al proponer “como término técnico el verbo implicar (implicate) y los sustantivos implicatura -cfr. ‘lo que implica’-, e implicatum .cfr. ‘lo implicado’-“. Con ello evita “tener que recoger cada vez uno u otro de los miembros de la familia a la que implicar se encuentra vinculado” (Grice, 1991, p. 522). La implicatura se diferencia de la presuposición en que, en ella, según Grice, debe aparecer el principio de cooperación, para que sea comprensible. Es decir que es un principio clave para el intercambio conversacional (y, para nosotros, para cualquier otro; Grice, 1991, p. 527-531).

Enunciación: todavía pensamos que la mejor definición del fenómeno enunciativo es “el efecto de sentido de los procesos de semiotización por los que en un texto se construye una situación comunicacional, a través de dispositivos que podrán ser o no de carácter lingüístico” y que puede incluir relaciones entre emisores y receptores “implícitos, no personalizables”. (Steimberg, 2013, p. 53). Lo enunciativo es, entonces, la función de construcción de intercambio discursivo, estén o no presentes los intervinientes durante todo su despliegue. En el enfoque de Eliseo Verón sobre la mediatización lo enunciativo es clave. Cuando da su tan citado seminario sobre el tema en Filosofía y Letras de la UBA, lo enunciativo es el nivel clave de descripción y de periodización del noticiero televisivo; aplica las categorías de simetría y complementariedad sin incluir lo verbal: el diseño de pantalla, la cantidad de participantes en ella y la posición de la cámara frente al estudio, definen las relaciones enunciativas.

Interacción: es el fenómeno considerado como la más profunda y evidente frontera entre los medios masivos y las mediatizaciones en red. Pero no cualquier contacto es una interacción. Bunge, con sencillez, lo ha escrito así: “una interacción es un vínculo, en tanto que las relaciones de ser más grande que algo o estar a la izquierda de algo no lo son” (Bunge, 2004, p. 57); es decir que la interacción no debe confundirse con la copresencia, hay que determinar las *relaciones* entre los componentes del intercambio. Los avances en inteligencia artificial, la progresiva presencia de intercambios con y entre máquinas o a través de algoritmos de construcción automática no disuelven la ilusión de que allí el individuo, muchas veces investido como actor-red, ha encontrado su espacio de expresión. Hace más de quince años Carlos Scolari (2004), recuperaba el subtítulo de su libro para proponer “un camino hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales”.

Las tres primeras fueron descritas por Gregory Bateson (1979, pp. 93-94) tratando de precisar modos de contacto y construcciones de grupos y conflictos entre ellos; las tres siguientes, en cambio, son producto de las transformaciones de los estudios sobre lo discursivo en el proceso de entender los límites del enfoque lingüístico para su comprensión. La relación de interacción recupera una larga tradición de los estudios microsociológicos de base conductista no mecanicista.

La presencia de la reciprocidad es imprescindible para sostener la noción de intercambio, pero es un concepto amplio que hay que describir desde el punto de vista de cada tipo de éstos: así como puede haber respuestas simétricas o complementarias (a una opinión responder con una opinión, o a una pregunta responder con una respuesta, también se puede considerar a una opinión como pregunta), en los intercambios se producen respuestas con diversas temporalidades: leer un

texto impreso milenios después de ser escrito es un tipo de respuesta dentro de un intercambio.

La presuposición y la implicación provienen de Austin y, como veremos después, es Grice el que introduce la noción de implicatura. En Austin:

La presuposición y la implicación son dos maneras en las que la verdad de un enunciado puede estar ligada de modo importante con la verdad de otro, sin que sea el caso que de uno se siga al otro en el único sentido que toman en cuenta las personas obsesionadas por la lógica (Austin, 1982, p. 97).

Mientras la presuposición en Austin proviene exclusivamente de la lógica proposicional, la implicación, en cambio, tiene un estatuto ambiguo entre lógica y acción: “puedo asentir con un movimiento de cabeza, o afirmar o negar algo por implicación cuando digo otra cosa” (Austin, 1982, p. 57). Al reemplazar implicación por implicatura, Grice despega a la implicación de la lógica proposicional y la convierte en norma de lo conversacional, es decir, del intercambio, que es lo que resulta clave para nosotros.

Respecto de la noción de presuposición, que ha sido siempre entendida como propia del mundo lingüístico y, más precisamente, del semántico, nuestro interés se debe a que muestra la complejidad a la que debe recurrirse para dar cuenta de la referencia del más simple enunciado. Así:

...que Pedro vino presupone que Pedro existe, presupone asimismo que el mundo existe, que mi interlocutor me comprende, incluso, tal vez, que se interesa por el tema de que le hablo... etc. (Ducrot, 1984, p. 17)

Esto que se afirma de lo verbal puede afirmarse de cualquier dimensión de un intercambio discursivo: de un modo de titular, de un diseño de interfaz, de una jerarquización temática, de un modo de figurar o representar; no es algo excluyente para lo verbal o lingüístico.

Si bien presuposición e implicatura se solapan parcialmente, la diferenciación nos resulta productiva. La implicatura tenderá en nuestros análisis a comprender los ordenamientos de interacción propuestos en un intercambio (en el doble sentido de que un posteo, por ejemplo, implica a otros, pero también que el que responde queda implicado en el intercambio). La presuposición, en cambio, pondrá siempre en juego los saberes y las discursividades que se incluyen y/o excluyen del intercambio. La implicatura será siempre relativamente de *frontera* y la presuposición expondrá más bien lo *intersticial*³.

Hay un ejercicio interesante para hacer en el momento de cierre de este artículo, que coincide con el inicio de clases en colegios y escuelas argentinas. En esos días, todas las plataformas se llenan de fotografías o videos de niños yendo al colegio y muchas de esas publicaciones están, además, geolocalizadas y con indicaciones del colegio de referencia. Esa práctica, muy extendida, se opone sin embargo a una de las pocas reglas de autorregulación que se aceptan unánimemente en el universo de plataformas y redes: no se deben publicar imágenes de niños que permitan identificarlos, por obvias razones de seguridad. Las preguntas de investigación que se generan para esos casos son ¿qué presupone y qué implica cada una de esas publicaciones? ¿y las respuestas entusiastas que reciben? ¿se trata de un fenómeno general o que requiere enfoques particulares? Las respuestas a esas preguntas son claves para comprender los sistemas de intercambio de los que participan las imágenes.

3. Este estudio forma parte de investigaciones en las que estudiamos fenómenos de frontera o intersticiales, es decir, aspectos no centrales de los intercambios discursivos pero que consideramos claves precisamente por pasar relativamente desapercibidos ejerciendo su capacidad constructiva. El estudio de la presuposición y lo sobreentendido requiere un despliegue que sólo hemos esbozado hasta ahora y que forma parte de un trabajo en desarrollo que incluye los diferentes modos de entender, desde los dispositivos técnicos mediáticos hasta las diversas formas de interacción e intertextualidad que relaciona a los individuos en la mediatización, siempre más cerca en nosotros de la noción de nodo que de persona con identidad.

La noción de enunciación, por su parte, es propia de la semiótica en general, desde el momento en que desde la lingüística se trató de construir la noción de *discurso*. La importancia que tiene en nuestros estudios está siendo cuestionada por lo que podemos denominar como *evidencias interactivas* en la práctica de las nuevas mediatizaciones. En la semiótica de las mediatizaciones, como vimos en el caso de Verón y el noticiero televisivo, lo enunciativo nos ha servido como fuente de hipótesis de intercambio en la comunicación masiva y su *delay* ente emisión y recepción. Las diferencias veronianas entre producción y reconocimiento, esas diferentes gramáticas fuentes de interpretaciones diferenciadas en emisión y recepción, eran estructurales para la mediatización masiva, pero ¿lo siguen siendo en *épocas de interacción*? Las respuestas desviadas y los comentarios tan variados que puede producir el posteo más sencillo en Facebook, Twitter o WhatsApp, por ejemplo, y la dificultad para procesar las ironías, muestran que, mientras en un enfoque general el networking requiere una aproximación interaccional, en el análisis de cada intercambio lo enunciativo sigue siendo imprescindible (Fernández, 2016).

En el campo de las ciencias sociales la noción de interacción se construye en dos vertientes. En primer lugar, la desafiante y compleja perspectiva del interaccionismo simbólico, delineada desde el conductismo por G. H. Mead y aplicada por la escuela de Palo Alto en general, pero especialmente por Erving Goffman. Posteriormente, la etnometodología de Harold Garfinkel (2006) ha entendido a la interacción principalmente como *contacto*, aunque esboza diversos niveles de complejidad.

La diferencia entre el interaccionismo simbólico y el de contacto está en que, en Goffman, ni la interacción cara a cara es *directa*: su paradigma de *marco (frame)* de interacción es la escena teatral, por lo que una performance

es ese acuerdo que transforma a un individuo en un actor momentáneo, este último, a su vez, objeto que puede ser visto sin riesgo (offense) en forma completa y extensa, en búsqueda de un

comportamiento involucrado por parte de personas en un rol de 'audiencia'. (Goffman, 1974, p. 124, traducción del autor)

Es decir, nada de contacto directo en las performances cara a cara; y recordemos además que Goffman relaciona la etimología de persona con la de máscara, es decir, más bien en la línea de personajes *más que de personas*.

4. Un modelo de análisis de los sistemas de intercambio

En este punto vamos a revisar nuestro procedimiento de investigación, con sus respectivas fases, para ver cómo el sistema de intercambio discursivo puede ser operacionalizable para ser estudiado.

En la *Figura 1* se presentan, muy esquemáticamente, los momentos de trabajo dentro de nuestra metodología de investigación y cómo es el camino, indirecto, que nos lleva al estudio del corpus que representa al sistema de intercambio en estudio. Recordemos que la definición de sistema de intercambio discursivo presupone que el sentido del intercambio se presenta como efecto de pasaje en los textos intercambiados. Veamos las diferentes fases de trabajo, según como las aplicamos en nuestra práctica.

La *fase 1* es el de la selección del corpus a estudiar, que, como vimos, debe representar al sistema de intercambio discursivo a analizar (un estudio semiótico presupone el conocimiento de la vida sociocultural asociada a ese sistema de intercambio). Por supuesto que para que una investigación avance productivamente es muy importante que el *corpus*, que será el material de estudio, represente muy bien la materialidad del sistema.

El corpus está constituido, al menos, por las tres series básicas que hemos mencionado: la de los dispositivos técnicos, la de las presencias genérico-estilísticas y la de las propuestas de uso o de prácticas comunicacionales asociadas; además, como

evidencia de su complejidad, estas series se pueden descomponer internamente.

En la *fase 2* de análisis, que denominamos semiohistórico (Fernández, 2008), el trabajo consiste en reconstruir el recorrido previo de las series que atraviesan el corpus. En algunos casos se tratará de series largas: como ejemplos, en el caso de los dispositivos técnicos, lo tipográfico; en el caso de lo genérico-estilístico, las construcciones de héroes y villanos provenientes de la épica, la tragedia y la comedia greco-latinas; y en el caso de los usos, una presuposición sobre la posición espectacular propuesta y la búsqueda de información en el sentido moderno del término.

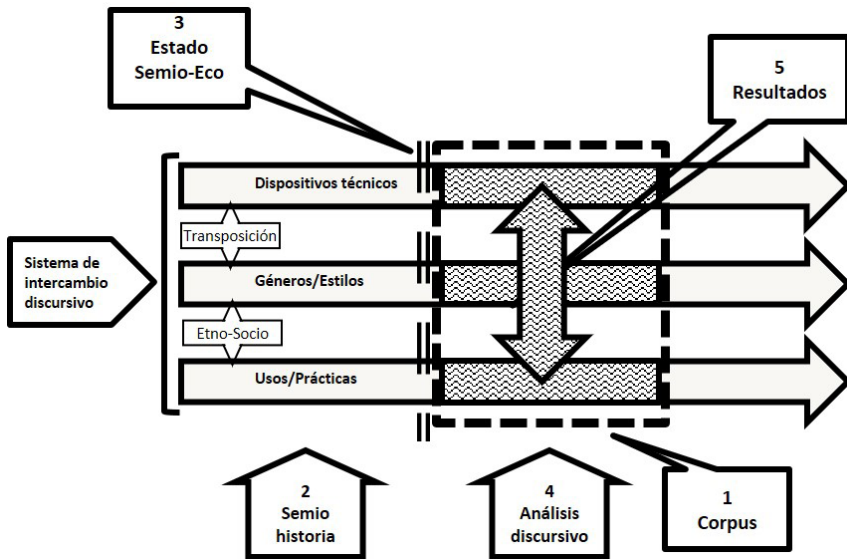


Figura 1. Esquema metodológico de trabajo

El resultado de ese trabajo, que nos enfoca progresivamente en nuestro corpus, es el que se presenta en la *fase 3*, al que denominamos *estado sociosemiótico* y que puede ser entendido como el ecosistema mediático discursivo en el que nuestro

objeto de análisis se sitúa. Una esquematización del estado sociosemiótico puede verse en la *Figura 2*, construida como corte transversal al recorrido semiohistórico. Allí vemos que el proceso de investigación sobre las tres series que, en principio, tienen una cantidad infinita de rasgos, sólo es limitada por la adecuación a los objetivos de investigación.

Entre las costumbres discursivas en las que se desenvuelve la vida sociosemiótica de nuestro corpus, notaremos la presencia o no de transposiciones -es decir, de rasgos de textos que provienen de otros sistemas de intercambio-, o la presencia de rasgos que evidencian a la materialidad de sus dispositivos técnicos, como *texturas*, posiciones de cámara transparentes o que evidencian su uso (como tomas cenitales o travellings agitados), diseños gráficos provocadores o clasicistas. Además, entre lo genérico-estilístico y sus propuestas de uso, se observarán propuestas de pasividad receptiva o participativa, convocatorias a la expectación reposada o móvil. Es decir que el análisis de las trayectorias que nos enfocan en el corpus, a pesar de ser semióticas, son analizadas desde un punto de vista que presupone lo multidisciplinar.

Recién una vez establecido el estado sociosemiótico de nuestro corpus, y dadas por conocidas las trayectorias de las diversas series y sus relaciones en sus costumbres sociodiscursivas, se comienza con el análisis propiamente discursivo de en la *fase 4* de la *Figura 2*.

¿En qué consiste el análisis discursivo en este modelo? En el registro de las *marcas* en el corpus que se convierten en *huellas* del tratamiento de las diversas series presentes en el material y cuyas trayectorias ya hemos reconstruido en el momento anterior. Allí circunscribiremos texturas que indican el modo de construcción de los dispositivos técnicos, tematizaciones y figuraciones que proponen reciprocidades, simetrías, complementariedades, o figuraciones enunciativas, que construyen interlocutores posibles mediante implicaturas o presuposiciones.

El corpus contendrá señales de propuestas de persuasión o disuasión, de entretenimiento o de fervor militante. Sólo una vez analizadas por separado las diferentes series, se realiza la *fase 5* de síntesis de resultados, en el que se reúnen los efectos generales de sentido de los textos analizados.

Este modo de análisis nos garantiza que, por ejemplo, el análisis del discurso político de un funcionario o candidato en campaña, no se restringirá a sus dichos, sino al conjunto de la propuesta de intercambio inscrita en su discurso: no habrá personalización, habrá en todo caso construcción mediática de individualidad y propuesta de intercambio que pretende influir, participar, intervenir en la vida de los que participen explícita o implícitamente en los intercambios (Fernández, 2017; Cingolani, 2019).

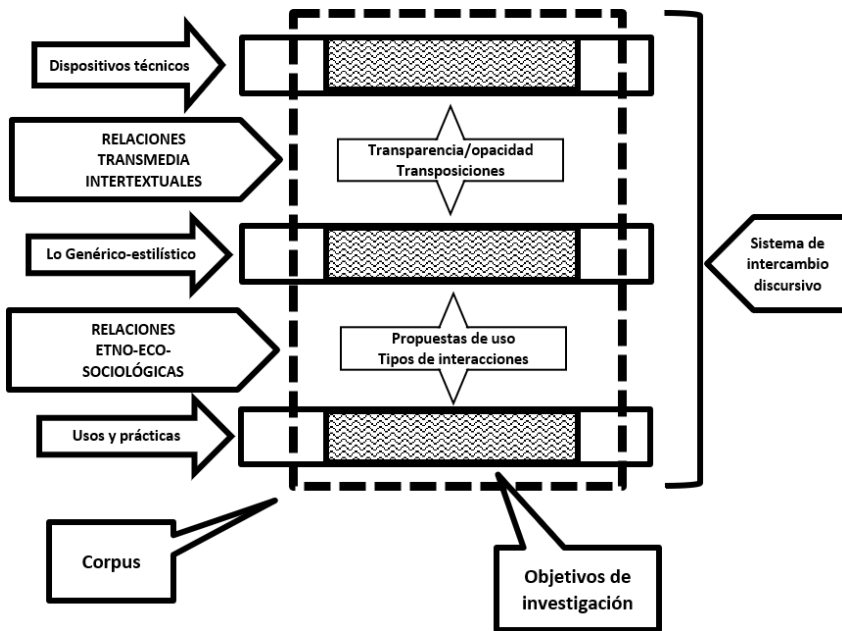


Figura 2. Estado sociosemiótico

Como se ve, el modelo garantiza *detener* el flujo del intercambio estudiado, por más vertiginoso que sea, e introducir la eva-

luación de rasgos desde un punto de vista no conservador. Por el contrario, la reconstrucción semiohistórica desmitifica el cambio, pero registra perfectamente tanto lo novedoso como su fuerza de transformación. La simplificación del proceso de análisis no implica la simplificación de los resultados. Además, por supuesto, una plataforma como Facebook, Google, LinkedIn, Twitter, y ahora también WhatsApp o YouTube, presupone la convivencia -e interacción entre ellas o sus usuarios, o no- de diversos y muy diferentes sistemas de intercambio.

5. Aperturas en el lugar de las conclusiones

Presentamos aquí una propuesta para sostener la complejidad de las mediatizaciones que estudiamos. Ella excede la consciencia y, tal vez, hasta el interés de los sectores sociales que influyen en el campo.

La complejidad nos trae problemas de diverso tipo a los investigadores, desde la necesidad de trabajar en equipos grandes e interdisciplinarios, hasta el ejercicio habitual de presentación de resultados, sean parciales o finales. La presencia de diversos intercambios en una plataforma es un conflicto insuperable, que requiere mucho trabajo.

Creemos que la sugerencia de tomar como unidad de análisis los sistemas de intercambios discursivos puede simplificar el modo de tratamiento de la complejidad y, al mismo tiempo, homogeneizar procesos de trabajo que permitan comparar e intercambiar mejor los resultados.

Por supuesto que con el sistema de intercambio discursivo no se cubre todo lo que constituye una mediatización, pero sin tenerlo en cuenta todo lo que digamos sobre ella será tan parcial como inconsistente: ¿de dónde provienen el interés y los efectos a estudiar de una mediatización?; ¿cómo describir las costumbres de uso e interacción sin conocer con respecto a qué?; ¿cómo justificar el éxito o el fracaso de un negocio co-

municacional o una estrategia sin anclarlo en algún rasgo, o en varios, del intercambio?

Como se ve, nada de lo que se propone es imperialista, en el sentido de invadir campos ajenos o ponerse en simetría con cada proposición extra-disciplinaria, sino que la pretensión es la de buscar la complementariedad. Procedimientos, revisables, para facilitar el trabajo entre investigadores de las mediatizaciones con diversos enfoques teóricos y metodológicos.

Por otra parte, nada de lo expuesto es fundante. Aunque el sistema de intercambio discursivo no haya sido definido explícitamente, los estudios sociosemióticos, microsociológicos y etnográficos, así como también los ecológicos, presuponen lo sistemático y lo interaccional. Aquí sólo se ha procurado precisar definiciones previas, que consideramos construidas coralmente, y sugerir corrientes teóricas de construcción para profundizar en el origen epistemológico de los fenómenos descriptos.

Tal vez pueda parecer que la propuesta de trabajar con tres series (dispositivos técnicos, géneros/estilos y usos) se oponga a la tan citada descripción de Verón sobre que un medio es un cruce entre *tecnologías* y *usos*, un momento previo a sus análisis delicados sobre las diferencias de los diversos usos de lo televisivo y lo fotográfico (Verón, 1997). Pero cuando investiga y presenta los resultados sobre el evento de Three Mile Island y la construcción de su *acontecimiento*, mientras recupera a la mediatización de lo informativo como *industria*, queda en claro que cada mediatización estudiada se diferencia por sus dispositivos técnicos- que proveen materialidades y ritmos-, y los diversos géneros y estilos de la producción periodística que generan, a su vez, diferentes construcciones de la noción de actualidad: dispositivos técnicos, géneros y estilos y usos y prácticas sociales de información (Verón, 1987).

El enfoque que proponemos no es inaugural, sino que es el que venimos trabajando explícitamente desde *La construcción*

de lo radiofónico (Fernández, 2008). No mencionamos aquí a muchos colegas de los que hemos aprendido, pero sí pueden consultarse en los trabajos citados de Jáuregui, Maestri, Koldobsky, Sznajder, Videla y Tobi, entre otros, resultados diversos de la aplicación del modelo.

Si este artículo resulta útil, lo será solamente por abrir nuevas discusiones, nuevos modos de presentar resultados y nuevas maneras de construir lo interdisciplinario. Si así no ocurriere, habrá que seguir trabajando para destacar lo mediático en los discursos sociales, extrayéndolos de su magma mediático indiferenciado. Cualquier otro camino facilitará el ocultamiento de los procesos de construcción de sentido social que tanto preocupan a los preocupados.

Referencias

Austin, J. L. (1982) [1962]. *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidós Estudio.

Bateson, G. (1976) [1972]. Una teoría del juego y de la fantasía. En *Pasos hacia una ecología de la mente*, pp. 205-222. Buenos Aires: Carlos Lohlé Editor.

Brantner, C. and Rodriguez-Amat, J. R. (2016) "Danger Zone". Europe: Representations of Place in Social Media-Supported Protests. *International Journal of Communication* (10), Recuperado de <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3788/1538>

Carlón, M. (2015). La concepción evolutiva en el desarrollo de la ecología de los medios y en la teoría de la mediatización: ¿la hora de una teoría general? *Palabra Clave*, 18(4), 1111 – 1136. Recuperado de [10.5294/pacla.2015.18.4.7](https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.4.7)

Castoriadis, C. (1997). *El avance de la insignificancia*. Buenos Aires: EU-DEBA.

Cid Jurado, A. T. (2014). Visión espectacular, visión mediatizada en el caso del *flashmob*. En *Letra. Imagen. Sonido L.I.S. Ciudad Mediatizada* (15), 43-60.

Cingolani, G. (2017) "Sistemas de recomendación, mediatizaciones de lo preferible y enunciación". En M. Busso y M. Camusso (eds.), *Mediatizaciones en tensión: el atravesamiento de lo público*, pp. 30-47. Rosario: UNR Editora. Recuperado de <https://cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros/125/mediatizaciones-en-tension-el-atravesamiento-de-lo-publico>

Cingolani, G. (2019). A pantalla partida. La televisación de los colectivos en un conflicto político. En G. Cingolani y M. Fernández, *Cristina, un espectáculo político. Cuerpos, colectivos y relatos en la última presidencia televisiva*, pp. 77-89. Buenos Aires: Prometeo.

Ducrot, O. (1984). *El decir y lo dicho*. Buenos Aires: Hachette.

Eco, U. (1980). *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen. (2da. Edición en castellano).

Fernández, J. L. (2008). La construcción de lo radiofónico: modos de producción de la novedad discursiva. En J.L. Fernández (dir.), *La construcción de lo radiofónico*, pp. 9-73. Buenos Aires: La Crujía.

Fernández, J. L. (2014). *Postbroadcasting*: estados y estatutos en la actualidad de lo musical mediatizado. En J.L. Fernández, (coord.), *Post-broadcasting. Innovación en la industria musical* (pp. 14-23). Buenos Aires: La Crujía.

Fernández, J. L. (2016). Interacción: un campo de desempeño múltiple en broadcasting y en networking. En G. Cingolani y B. Sznajder (eds.), *Nuevas mediatizaciones, nuevos públicos. Cambios en las prácticas sociales a partir de las transformaciones del arte y los medios en la red*, pp. 10-26. Rosario: UNR Editora. Recueprado de <https://cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros/119/nuevas-mediatizaciones-nuevos-publicos-cambios-en-las-practicas-sociales-a-partir-de-las-transformaciones-del-arte-y-los-medios-en-la-red>

Fernández, J. L. (2018a). Circulación / circulaciones en la investigación en plataformas mediáticas. *Rizoma*, 6(2), 76-94. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.17058/rzm.v6i2.12958>

Fernández, J. L. (2018b). *Plataformas mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*. Buenos Aires: La Crujía.

García, R. (2006). *Sistemas Complejos. Conceptos, método y fundamentación de la investigación interdisciplinaria*. Barcelona: Gedisa.

Garfinkel, H. (2006) [1968]. *Estudios de etnometodología*. Barcelona: Anthropos Editorial; México: UNAM.

Goffman, E. (1974). *Frame analysis. An Essay on the Organization of Experience*. New York, Harper & Row.

Grice, P. H. (1991) [1975]. Lógica y conversación. En L.M. Valdés Villanueva (ed.), *La búsqueda del significado*, pp. 520-538. Madrid: Tecnos-Universidad de Murcia.

Hepp, A., Hjarvard, S. y Lundby, K. (2015). Mediatization: Theorizing the Interplay between Media, Culture and Society. *Media, Culture & Society*, 37(2). Recuperado de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0163443715573835>

Jansson, A. (2014). Indispensable things: on mediatization, materiality, and space. En K. Lundby (ed.) *Mediatization of Communication. Handbooks of Communication Science*, Volume 21, pp. 273-295. Berlin: Walter de Gruyter GmbH..

Jáuregui, J. A., (2013). Tango y gran ciudad. La sonoridad gráfica del tango. *Letra. Imagen. Sonido. L.I.S. Ciudad Mediatizada*. Dossier Elementos para la conformación del broadcasting musical, (9), 114-127.

Koldobsky, D. (2016). Mediatización de la música y memoria: de las partituras a los archivos de red. En G. Cingolani y B. Sznaider (eds.), *Nuevas mediatizaciones, nuevos públicos. Cambios en las prácticas sociales a partir de las transformaciones del arte y los medios en la red*, pp. 59-76. Rosario: UNR Editora. Recuperado de <https://cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros/119/nuevas-mediatizaciones-nuevos-pu->

[blicos-cambios-en-las-practicas-sociales-a-partir-de-las-transformaciones-del-arte-y-los-medios-en-la-red](#)

Latour, B. (2013). Gabriel Tarde y el fin de lo social. Prefacio a G. Tarde (2013) [1898], *Las leyes sociales*, pp. 9-36. Barcelona: Gedisa.

Lévi-Strauss, C. (1979). Introducción a la obra de Marcel Mauss. En M. Mauss, *Sociología y Antropología*, pp. 13-42. Madrid: Editorial Tecnos.

López-Cano, R. (2018). Reciclaje digital. En R. López-Cano, *Música dispersa*, pp. 227-266. Barcelona: MUSIKEON Books.

Maestri, M. (2015). La mediatización móvil: convergencia y ubicuidad en las publicidades de smartphones. En A. Fausto Neto, N. Raimondo Anselmino, I.L. Gindin, *Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones*, pp. 104-115. Rosario: CIM - UNR Editora. Recuperado de <https://cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros/86/relatos-de-investigaciones-sobre-mediatizaciones>

Morin, E. (2018) [1990]. *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: Gedisa.

Porto López, P. (2013). Minuto a minuto: ¿El live blogging como nueva instancia de construcción del acontecimiento en directo? *Letra. Imagen. Sonido L.I.S. Ciudad Mediatizada*, (11), 127-150.

Reviglio, M. C.; Raimondo Anselmino, N.; Gindin, I. L. (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 M. Busso y M. Camusso (eds.), *Mediatizaciones en tensión: el atravesamiento de lo público*, pp. 107-127. Rosario: UNR Editora. Recuperado de <https://cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros/125/mediatizaciones-en-tension-el-atravesamiento-de-lo-publico>

Sánchez, S. (2019). Netlore: leyendas urbanas y creepypastas. *deSignis*, (30) *Ciberculturas*. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.35659/de-signis.i30p133-144>

Scolari, C. (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.

Scolari, C. A. (2018). *Las leyes de la interfaz. Diseño, ecología, evolución, tecnología*. Barcelona: Gedisa.

Sznaider, B. (2013). Relaciones entre marketing territorial y marca-ciudad. *Letra. Imagen. Sonido L.I.S. Ciudad mediatizada*, (10), 55-67.

Tobi, X. (2019) UBA-Sociales en plataformas: de la difusión a la comunión. *Revista Sociedad*, (39). 160-164. Recuperado de <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/revistasociedad/article/view/5118>

Traversa, O. (2015a). La fatalidad de la calle. *Letra. Imagen. Sonido L.I.S. Ciudad Mediatizada*, (1), 17-30.

Traversa, O. (2015b). Eliseo Verón y el “trayecto largo de la mediatización”. *Estudios*, (33), 131- 149. Recuperado de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/restudios/article/view/11608>

Valdettaro, S. (2015). *Epistemología de la comunicación: una introducción crítica*. Rosario: UNR Editora.

Verón, E. (1987). Prefacio a la segunda edición. En *Construir el acontecimiento*, pp. I-VII. Barcelona: Gedisa.

Verón, E. (1995). *Semiosis de lo ideológico y el poder/La mediatización*. Buenos Aires: Oficina de publicaciones del CBC.

Verón, E. (1997). De la imagen semiológica a las discursividades. En I. Veyrat-Masson y D. Dayan, *Espacios público en imágenes*, pp. 47-70. Barcelona: Gedisa.

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

Videla, S. (2019). Vidas on/off line de lo musical: relación entre plataformas mediáticas y espectáculos en vivo en centros culturales. *Revista Sociedad*, (39), 227-240. Recuperado de <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/revistasociedad/article/view/5099/0>

Posverdad, 'fake news' y prensa: apuntes sobre la tematización de una relación conflictiva

Pós-verdade, "fake news" e imprensa: notas sobre a tematização de um relacionamento conflituoso

Mariana Patricia Busso

CIM – Fac. de Ca. Política y RR. II. – UNR – CONICET

mar_busso@hotmail.com

Mariana Maestri

CIM – Fac. de Ca. Política y RR. II. – UNR

maestrimariana@gmail.com

Resumen

En este artículo se presentan algunas reflexiones en torno a la noción de *posverdad* y su vínculo con el auge de las así llamadas *fake news* o *noticias falsas*, y al modo en que

los diarios argentinos *La Nación* y *Clarín* han puesto de manifiesto esta temática. Indagar sobre estas cuestiones nos permite describir el contexto actual de producción, circulación y recepción de los discursos periodísticos en un contexto signado por la mediatización creciente, donde resulta ineludible analizar también el rol jugado por los sitios de redes sociales en dicho proceso.

Palabras clave

posverdad, fake news, prensa, tematización, redes sociales

Resumo

Este artigo apresenta algumas reflexões sobre a noção de pós-verdade e sua ligação com o surgimento das chamadas notícias falsas ou fake news, e a maneira como os jornais argentinos La Nación e Clarín revelaram esse tema. Permite descrever o contexto atual de produção, circulação e recepção de discursos jornalísticos em um contexto marcado pelo aumento da midiatização, onde também é essencial analisar o papel desempenhado pelos sites de redes sociais nesse processo.

Palavras-chave

pós-verdade, fake news, imprensa, tematização, redes sociais

Presentación

La aparición y difusión en los diferentes medios de comunicación y en las redes sociales del término *posverdad* y, en estrecha asociación con éste, el de *fake news*, fue el disparador para estas reflexiones iniciales que exponemos en este artículo y que formaron parte de la presentación realizada en el marco del Coloquio Anual del CIM- Centro de Investigaciones en Mediatizaciones del año 2019 (Rosario, Argentina).

Nuestro objetivo no es ingresar en una discusión de carácter filosófico acerca del estatuto de la verdad y su vínculo con la producción noticiosa, sino dar cuenta de cómo la circulación de noticias falsas en el marco de la llamada *posverdad* son asumidas y problematizadas por los grandes medios de comunicación, en particular, por los principales medios de prensa gráfica argentina. Dicha indagación nos permite describir someramente el contexto actual de producción, circulación y recepción de los discursos periodísticos en un contexto de mediatización y aventurar algunas hipótesis vinculadas a la particular tematización que de este tema realizan los grandes diarios nacionales.

En el debate en torno a la producción de noticias falsas o de la *posverdad*, podemos mencionar como centrales algunos hechos que se producen en 2016 y que ponen en jaque el poder de los medios y de los comunicadores. Estos acontecimientos fueron el referéndum en el Reino Unido por su salida de la Unión Europea (Brexit), así como el resultado del referéndum sobre el acuerdo de paz en Colombia y las elecciones a presidente de los EE.UU., en las que resultó electo el candidato conservador Donald Trump, quien en su discurso se caracterizó por un fuerte ataque a la labor mediática, poniendo en duda la veracidad de las informaciones de algunos medios. Ese mismo año, 2016, los editores del Diccionario de Oxford decidieron elegir a *posverdad* como la *palabra del año*, y el año siguiente lo hicieron con la expresión *fake news*. Según este diccionario,

la *posverdad* se refiere a que los hechos objetivos son menos influyentes en la opinión pública que las creencias y las emociones: se trata de la “actitud de resistencia emocional ante hechos y pruebas objetivas”¹, mientras que *fake news* se refiere a “false, often sensational, information disseminated under the guise of news reporting”².

A contramano del sentido común imperante, que la asocia principalmente a las dinámicas propias de los sitios de redes sociales en Internet y también a aplicaciones de mensajería instantánea para teléfonos móviles, sabemos que la producción de noticias falsas acompaña prácticamente desde sus inicios el desarrollo del periodismo, de los medios de comunicación de masas y de la configuración del campo de estudios de la comunicación (Wolf, 2013; Verón, 1987, entre otros). Sin embargo, es indudable que el tema del poder de los medios sigue siendo uno de los ejes del debate actual, donde suele aparecer sin aparentes vínculos con esa historia y donde surge ligado casi exclusivamente a las dinámicas propias del mundo online.

No es nuestro objetivo detenernos aquí en dicha genealogía, aunque nos interesa realizar una precisión. Reconocemos que el vínculo entre los productores de noticias, sus fuentes, los intermediarios y las audiencias, sin dudas se ha complejizado dado el avance de la digitalización y con ella el de las redes sociales. Sin embargo, ponemos en discusión aquí las ideas clásicas que dan inicio a las primeras investigaciones sobre comunicación de masas (en particular, la conocida como la *aguja hipodérmica* y su mirada todopoderosa de los medios de comunicación de masas; Wolf, 2013; Lasswell, 1985) y adscribimos a una hipótesis que piensa a los medios como “materialidades significantes que metaforizan lo real de uno u otro

1. Disponible en: <https://www.elmundo.es/cultura/cine/2017/11/03/59fc80f4468aebd1508b46a0.html>

2. La definición es del Diccionario Collins, que también declaró *palabra del año* a *fake news* en 2017. Disponible en: <https://www.collinsdictionary.com/es/diccionario/ingles/fake-news>

modo específico o peculiar” (Valdettaro, 2015, p. 188); premisa más bien constructivista donde no hay que perder de vista, de todos modos, que

Desde este punto de vista [el fundamento constructivista de los medios] (...), los medios no representan la realidad, sino que la construyen. Con la noción de construcción se está aludiendo, obviamente, al carácter formal, de lenguaje, de los medios; es decir, a su capacidad “sintáctica” de producir sentido, que varía de acuerdo a cada dispositivo y materialidad significativa. Pero dicho fundamento constructivista fue –y es– leído también como manipulación de contenidos, mediante el argumento de que, si los medios “construyen” la realidad, se deduce que la “manipulan”. Mediante dicho recurso de deslizamiento del análisis de las dimensiones formales a las de los “contenidos de los mensajes”, nos encontramos con flagrantes casos de cambio de nivel de análisis que violentan de manera grosera los fundamentos epistemológicos de la hipótesis constructivista. Además está decir que dicho ocultamiento que se quiere inadvertido constituye, por sí mismo, una “mera” operación ideológica. Para aclarar el punto, creo que vale remarcar que el constructivismo implica posicionarse, entre otros niveles de abordaje, en la dimensión de producción semiótica de los medios y dispositivos en tanto lenguajes. La noción de manipulación, entonces, y por principio, no ocupa ningún lugar dentro de esta perspectiva. (Valdettaro, 2013, p. 113).

El gran bonete: discursos sobre posverdad y noticias falsas

En nuestro recorte inicial trabajamos con los portales digitales de noticias de los diarios argentinos *La Nación* y *Clarín* y realizamos una búsqueda, mediante el buscador de cada uno de los diarios, con el fin de detectar aquellas notas cuyo tema central fuera el de la *posverdad* o *fake news*, en los casos en que éste fuera tematizado por el diario mismo, ya sea como

nota de opinión, editorial, o bien mediante el recurso de una entrevista a una personalidad relativa al tema. De este modo obtuvimos un total de 32 noticias, en el período comprendido desde 2016 hasta julio de 2019 (fecha en que se realizó el relevamiento), que daban cuenta del modo en que los diarios problematizan la posverdad, las noticias falsas, y su relación con la labor periodística.

De la lectura de estas noticias hemos detectado tres grandes núcleos argumentativos que se dan de forma reiterada en ambos diarios y que hemos decidido agrupar de la siguiente manera con fines expositivos, dejando para una segunda instancia el análisis detallado de los mismos.

A. “No fuimos nosotros”: Los diarios no asumen ninguna implicancia en la proliferación de noticias falsas. Es decir, aparece como un problema a ser tenido en cuenta a la hora de pensar la compleja relación entre poder, opinión y verdad, fundamentalmente en el ámbito de la política, pero no se asume una responsabilidad directa por parte de ninguno de los dos diarios ni en la elaboración ni en la puesta en circulación de noticias falsas. Los responsables de la producción de noticias falsas son generalmente indicados como personajes políticos que buscan beneficiarse a sí mismos o a su partido. El hecho de hacer públicas esas informaciones no es tema de debate o cuestionamiento por parte de los medios, tal como aparece en los siguientes extractos, donde se argumenta como si las noticias en cuestión no hubieran tomado cuerpo en los medios masivos que las publicaron y difundieron:

La palabra política –no hay que pecar de ingenuidad– nunca fue una palabra transparente, pura portadora de sentidos desprovistos de segundas intenciones, carente de ambigüedades y de pliegues en los cuales la voluntad de poder se encarna a la vez que se oculta, se agazapa y se disimula, se esconde para saltar más hábilmente a la busca de satisfacer sus intereses. Así, aunque el término “posverdad” no sea suficientemente consis-

tente para dar cuenta de lo que está ocurriendo, el hecho de que su utilización, en inglés, se haya incrementado en un 2000% en 2016 respecto del año anterior es revelador de la necesidad de nombrar algo cuya naturaleza misma nos resulta inquietante, algo para lo que nuestro lenguaje habitual carece de conceptos, o cuando menos esos conceptos no son tan familiares como para utilizarlos extendidamente. (Clarín, 17/5/2017)

Creo que el líder político del mañana también debe ser abisal. La zona abisal es el espacio del fondo oceánico entre 3000 y 6000 metros. Nuestro país necesita políticos profundos. Vivimos una política a menudo frívola, en la que se surfea, se chicanea o se vende humo. Nos quedamos en la superficialidad de las chicanas que entran en 140 caracteres. Sin contenidos se puede llegar al poder, pero será para poner en práctica las ideas de otros. Necesitamos políticos capaces de estudiar, a los que les entre el país en la cabeza. La profundización en el conocimiento como acceso a la verdad es lo que nos permite construir el país, aun en los disensos y el conflicto. El conocimiento, el teórico y el de la realidad cotidiana, es una luz en el humo de la posverdad. (La Nación, 21/4/2019)

Como observamos en los fragmentos seleccionados, no se hace referencia ni a los criterios de selección de las noticias, ni a la función de filtro o *gatekeeper*, como así tampoco a las rutinas productivas propias de la profesión del periodista sino que, por el contrario, los diarios se ubican como simples expositores y reproductores *neutrales* de lo que el ámbito de la política quiere dar a conocer. La noción que subyace a este rol, proponemos, es la del medio objetivo que replica la realidad tal cual es presentada por sus principales actores.

B. “Las redes sociales desinforman”: la instantaneidad, la inmediatez, la descentralización y la rápida circulación de una enorme cantidad de información característica del nuevo eco-

sistema de medios en el que las redes sociales tienen un papel preponderante, es una de las razones que esgrimen los diarios para justificar el auge de las noticias falsas.

*Ni la mentira, ni las informaciones falsas, ni las infamias son nuevas. Lo novedoso es el medio que han encontrado hoy para diseminarse, redes sociales mediante, con la misma facilidad con que se propagan los virus, y con un nivel de daño tan letal como el de ellos. La por estos tiempos tan mentada posverdad se identifica con una “verdad emocional”, que no se basa en hechos objetivos sino en las emociones de quienes la emiten y de quienes la reciben. (...) Quien esté libre de pecado, que tire la primera piedra. A diario se reciben y se reenvían, por las dudas, porque todo parece tan inocente, toneladas de información proporcionada por supuestos profesionales hablando de las bondades de alguna cura natural, afirmando las “comprobaciones” científicas más extravagantes, o aseverando lo que sea acerca de una persona, modalidad o situación. **Dicen que es más fácil engañar que convencer a alguien de que ha sido engañado.** Hay formas de contrarrestar el engaño. Se puede “parar la pelota”, releer con atención lo que se recibe y tomarse unos segundos antes de darle send. Puede ser una modesta contribución para detener el flagelo de las, más inocentes o más letales, siempre terribles fake news. (Clarín, 08/07/2018; las negritas son del original)*

De las notas relevadas no se mencionan las redes sociales ni los sitios de internet que cada uno de los diarios poseen. La relación entre el diario en su versión en papel y su versión digital se presenta de manera borrosa y desdibujada aunque muchas de las noticias aparezcan publicadas en los diferentes soportes del diario y los mismos periodistas trabajen para ambos formatos. Aunque las notas analizadas aludan a la convergencia de medios a la hora de *buscar culpables* para la proliferación de noticias falsas, sólo se los encuentra en el mundo digital donde, paradójicamente, el diario no se percibe a sí mismo como un actor activo. Con esto no queremos indicar una for-

zosa –y forzada– responsabilidad de los diarios en la producción y la puesta en circulación de este tipo de noticias por el mero hecho de poseer un portal online o por contar con cuentas oficiales en los principales sitios de redes sociales. Más bien, buscamos poner en relieve que, a la hora de describir el funcionamiento de tales plataformas, los medios parecieran no tener ninguna injerencia en ellas, tal como se evidencia en el siguiente fragmento:

La epidemia de la posverdad se nutre de la fragmentación de las fuentes, de la proliferación de medios alternativos de origen dudoso y del hecho de que las mentiras, los rumores y las pseudo-verdades se amplifican a una velocidad formidabile en las redes sin que casi nadie se preocupe por su veracidad. En las redes sociales los usuarios tienden a creer más en lo que dicen aquellas personas con quienes suelen relacionarse que en lo que digan los medios tradicionales. Así, las redes se convierten en megáfonos de una posverdad en la que el contenido de las noticias se evalúa según la cantidad de clics que genere, independientemente de su verosimilitud. (La Nación, 7/2/2018)

De este modo, los diarios presentan a las plataformas en Internet y a los sitios de redes sociales como dotados de lógicas de producción de la información diferentes y opuestas a las de los medios tradicionales, particularmente a las de la prensa escrita, que se asumen como *serias y confiables*:

Alarman los resultados de una encuesta de Gallup International y Voices en Argentina realizada en 44 países en noviembre pasado, donde 76% de las personas en el mundo sostienen que reciben algún tipo de “fakenews” al menos una vez por mes –siendo un 34% la proporción de personas que la reciben diariamente-. (...)En nuestro país, 52% dice recibir noticias falsas todos o casi todos los días, 28% al menos una vez por mes, mientras solo un 13% cree que no las recibe nunca o casi nunca. Y el problema no reconoce fronteras. (...)

Los medios tradicionales tienen mejor imagen y se confía más en ellos en cuanto a la calidad y veracidad de la información pero

es creciente el descreimiento de lo que se publica en las redes y plataformas digitales. (Clarín, 11/07/19)

C. “Se declara culpable a la audiencia”: para los grandes medios de prensa del país, la principal culpable del éxito en las noticias falsas, sobre todo de aquellas basadas en un gran componente emocional, es la audiencia. Para ellos, si existe la *posverdad* y si se producen noticias que tergiversan, falsean u ocultan los hechos es porque el lector o usuario de las redes no tiene la capacidad crítica o reflexiva suficiente para detectar la información falsa e ignorarla. Asumiendo un rol pedagógico, en los diarios analizados encontramos que se proponen a los lectores estrategias para detectar las noticias falsas, que van desde educar al receptor en el uso reflexivo de los dispositivos tecnológicos, hasta exigirles una actividad editorial y de curaduría de la que el medio se desliga. Así se plantea como responsabilidad de los lectores –en tanto usuarios de las redes sociales donde circulan esas noticias– el tener una actitud más activa, más responsable, a la hora de gestionar la difusión de los distintos contenidos entre sus contactos.

Este fenómeno no es nuevo, pero se refuerza con las redes y la minería de datos sociales. En una columna reciente (“Cómo Facebook nos hace más tontos”), Cass Sunstein advertía que la capacidad de Internet de filtrar el mensaje de acuerdo a las preferencias del inadvertido receptor no solo reduce la diversidad cultural, sino que también potencia el sesgo de confirmación: el algoritmo que mapea las preferencias del usuario sobre la base de su huella digital elimina puntos de vista alternativos, ahorrándonos el engorroso trámite de la contradicción. Así, las redes se vuelven virtuales “cámaras de eco” (el término es de Michaela Del Vicario): si ponemos a rodar una noticia falsa, lectores ideológicamente alineados chequean su veracidad en las redes según los comentarios (filtrados) de otros lectores ideológicamente alineados, convalidando la noticia. (La Nación, 16/09/2018)

La gestión de la información: entonces, ¿qué es lo que ha cambiado?

En el ecosistema mediático actual, proponemos, las condiciones de producción, recepción y circulación mediáticas se han visto modificadas por las potencialidades que otorgan los medios de comunicación digitales, la descentralización del poder de los medios y el lugar medular que ocupan cada uno de los receptores. Como es posible inferir del informe del Digital News Report del año 2018³, ello implica consecuencias nada desdeñables en lo que respecta al consumo informativo de los ciudadanos: según este documento, los argentinos se informan principalmente vía redes sociales (89%; ver gráfico siguiente), donde un 60% corresponde a Facebook, un 37% a WhatsApp y un 27% a YouTube. (véase Digital News Report, 2018; <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/argentina-2018/>)

En otro artículo (Maestri, 2011) se hacía referencia al contrato comunicativo en el marco de la mediatización digital y a sus características principales y mencionábamos la eliminación de intermediarios, es decir, el usuario se transforma a la vez en productor, fuente de información y receptor de la noticia sin necesidad de que ésta pase por los espacios tradicionales ligados a los medios de comunicación de masas. Esto implica que circulen mensajes que no tienen cabida en los medios tradicionales (por razones políticas, económicas, o de producción), o que se repliquen y viralicen aquellos que fueron expuestos por los medios.

Indudablemente, este particular rol del usuario tiene un espacio privilegiado de desarrollo en los sitios de redes sociales en Internet, plataformas que operan en calidad de nuevos ecosistemas informativos basados en la instantaneidad y en la descentralización, en los que es central el rol del usuario. Como

3. Disponible en <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/argentina-2018/>

propone Boccia Artieri (2017), las noticias que allí se publican van perdiendo paulatinamente su *identidad* y su contexto espacio-temporal, y circulan en base a los mecanismos habilitados por las distintas plataformas, donde es crucial el rol de un algoritmo cuyas reglas de funcionamiento son desconocidas para los usuarios. Consideramos que, indudablemente, ello tiene aspectos positivos (como ser la apertura y las posibilidades para la expresión de las diferentes voces), pero también conlleva grandes riesgos ligados a la calidad –en el sentido de rigurosidad– informativa: aquellos ligados a la proliferación de noticias falsas.

A la hora de caracterizar esas *fake news*, y sin pretensiones de exhaustividad en este recorrido, la producción académica sobre el tema ha dado cuenta de un rasgo central: en ellas, la dimensión emotiva sobre un determinado hecho es más importante que su dimensión factual (Boccia Artieri, 2017; Gili y Maddalena, 2018; Galup, 2019; Mazzone, 2018; Rubio, 2017, entre otros). Esto puede llevar a que, por ejemplo, los usuarios de una determinada red social compartan una noticia que puede discutir avances científicos (como ser el caso de los *antivacunas* o de los *terraplanistas*), porque en ese compartir se encuentra la clave de una cercanía afectiva entre pares o con el caso que es objeto de la noticia compartida⁴. Así, se trata incluso de una cuestión identitaria o de reconocimiento entre pares, entre quienes piensan u opinan lo mismo sobre un determinado tema de interés y de actualidad, o entre quienes se sienten afectados de la misma forma por esa cuestión.

Podríamos afirmar, entonces, que estamos frente a un panorama complejo, que involucra no sólo a los polos de la producción y el reconocimiento (por emplear la terminología veroniana desarrollada para los procesos de circulación discursiva;

4. Eso va de la mano con un rasgo particular de las *fake news*: por tal cualidad, ellas se prestan a alimentar teorías complotistas que cuestionan el canon científico, acusado de perseguir intereses específicos (Gili y Maddalena, 2018).

Verón, 1993) sino también – y fundamentalmente- al polo de la circulación; si se quiere el más inasible de ellos. En efecto, más allá del convencimiento de que los polos de producción y de reconocimiento deberían ser estudiados según sus rasgos específicos según el contexto puntual (incluso, geopolíticamente hablando) al que nos estemos refiriendo⁵, consideramos aquí que son los *cambios en la circulación* a los que hay que atender en primer lugar si deseamos comprender el tema que nos convoca en este artículo.

En efecto, probablemente los cambios en la circulación sean los más relevantes a la hora de pensar la especificidad de la *posverdad* y de las noticias falsas en la actualidad; cambios, entonces, directamente ligados a la difusión de este tipo de materiales en sitios de redes sociales en Internet. Siguiendo autores como Boczkowski (2017), para comprender este proceso debemos atender a ciertas tendencias que caracterizan la actividad de los usuarios en relación a las noticias falsas, y que –consideramos– impactan directamente en el tipo de circulación propio de éstas:

En primer lugar, la ambivalencia respecto de la infraestructura de información actual, donde las barreras de acceso para hacerse escuchar son mucho más bajas que en el pasado y el

5. Siguiendo a Boczkowski, en lo que refiere a los cambios en las modalidades de producción de la información podemos reconocer diversos elementos, tales como “la ubicación y las posibles motivaciones de los diversos proveedores de información errónea, el cambiante panorama geopolítico de la guerra de información, los beneficios económicos para los medios de comunicación y los motores de búsqueda, y la necesidad y conveniencia de implementar restricciones técnicas y/o financieras que pudieran minimizar la difusión de noticias falsas”, entre otros (Boczkowski, 2017, s/p). Por otro lado, para las mutaciones en el plano del reconocimiento este autor propone que son varias las cuestiones ligadas a la recepción de los medios que tienen que ver con la proliferación de noticias falsas: entre ellas, la emergencia de nuevos actores productores de noticias y los propios algoritmos de las redes sociales, que hacen que sea más difícil para las audiencias detectar noticias falsas.

alcance es potencialmente mucho más amplio. En segundo lugar, al público le cuesta más detectar información tendenciosa proveniente de la curaduría algorítmica que llevan a cabo los medios sociales que aquella que resulta de la selección editorial de los medios tradicionales. En tercer lugar, la crisis cultural en el conocimiento que afecta no solamente al periodismo, sino también a otras instituciones clave de la vida moderna como la ciencia, la medicina y la educación [a partir de lo cual, agregamos, se suele otorgar mayor credibilidad a una noticia que es publicada por un contacto que si ella es leída directamente en un sitio de noticias; nota de las autoras]. (Boczkowski, 2017, s/p)

Pero al fin de cuentas, ¿qué es lo que cambia entonces en la circulación de la información? Proponemos aquí que los cambios que hemos esbozado van de la mano con un proceso que podríamos denominar de *gestión del contacto emotivo* en las redes sociales, donde la instantaneidad en el compartir que impulsan los sitios de redes sociales sustituyen a la reflexión y a la mayor lejanía emocional propios de los medios tradicionales. Siguiendo a Boccia Artieri (2017), encontramos que esa *inmediatez compulsiva* va ligada a una especie de deseo impulsivo por ser parte de la gran conversación que se sucede en las redes, donde un mayor tiempo de reflexión haría que ese sujeto quede excluido. Según este razonamiento, allí radica el principal motivo por el cual es relevante *compartir algo* incluso antes de reflexionar sobre eso que se comparte. Y también por eso, asumimos retomando el discurso de los diarios, es que podría darse por bueno el argumento de que también hay responsabilidad en quien comparte la *fake news* y no sólo en quien la genera. Sin embargo, es nuevamente necesario hacer notar aquí que el acento no sólo debe caer en ese extremo de la cadena de la producción de sentido.

Para cerrar estas breves reflexiones, creemos que es interesante dar cuenta de diversas experiencias que han surgido a escala global como una suerte de respuesta a la proliferación de noticias falsas, ligadas a lo que en el periodismo se conoce

como *fact checking* (corroboración del relato con los hechos). En América Latina podemos destacar a la *Agencia Lupa* de Brasil, *UY Check* en Uruguay, *Ojo Público* en Perú, *Plaza Pública* en Guatemala, *Semanario Universidad* en Costa Rica, *La Silla Vacía* en Colombia. En nuestro país, el proyecto colaborativo pionero de este estilo es *Chequeado*. Este grupo de periodistas planteó una alianza con más de 100 medios de comunicación (entre tradicionales, digitales, revistas, canales de información y sitios de Internet), con el fin de informar sobre los que se anticipaba como una campaña *sucia* ante las pasadas elecciones presidenciales de 2019. El proyecto se denominó *Reverso: información contra la desinformación*⁶, donde los integrantes se comprometían a actuar como productores o difusores de aquellas informaciones que fueran chequeadas por ese conglomerado.

El *fact checking*, o verificación de datos, puede transformarse en una herramienta de relevancia para contrarrestar o disminuir los efectos de las *fake news*, aunque para el caso debemos mencionar que en los diarios *La Nación* y *Clarín* fue muy difícil encontrar referencias directas o un enlace que permitiera acceder al sitio de *Reverso*. Por ello, si bien el trabajo de contrastar los discursos de los candidatos, periodistas y voceros resulta interesante, todavía se requiere de un alto grado de participación e interés de las audiencias para poder otorgarle un espacio de relevancia al interior de cada medio.

A modo de cierre

En el estado actual de los procesos de mediatización se hace cada vez más evidente que la influencia de los mecanismos editoriales del periodismo tradicional coexisten con nuevas disposiciones ligadas a las narrativas mediáticas, en la que el lugar central está ocupado por las redes sociales. Paralelamente, la velocidad en la producción y difusión de las noticias,

6. Ver <https://reversoar.com>

la multiplicación de las fuentes de información, la búsqueda constante del último momento y la desconfianza hacia los medios de prensa tradicionales han contribuido a dar forma a una realidad en la que pareciera que para las audiencias es difícil establecer criterios de confiabilidad más allá de sus propias creencias y actitudes.

Hemos mencionado más arriba que antes de la aparición de términos como *posverdad* o *fake news* –ahora vinculados con la digitalización de la información y la comunicación– ya existían las noticias deliberadamente engañosas o que buscaban dirigir la atención de las audiencias hacia informaciones equívocas, tanto como las audiencias “distráidas” o poco interesadas en –o imposibilitadas de– contrastar distintas verdades. Sin embargo, su centralidad actual obedece en gran parte a la configuración del ecosistema mediático actual y a la reorganización de los modos de producción noticiosa. Hoy, la web y los sitios de redes sociales en Internet eliminan las mediaciones tradicionales entre información y audiencia, y hacen que se vuelvan ineficaces los filtros, los controles e incluso las normas profesionales y éticas del periodismo tradicional. Así, encontramos que rasgos asociados a la publicación de noticias en la web, tales como la velocidad en la producción y la difusión de las noticias (actividad en la que participa el propio usuario de las redes) y la multiplicación de las fuentes (atendibles o no), sumados a la desconfianza hacia los medios de prensa tradicionales, llevan a que resulte difícil para las audiencias establecer criterios de confiabilidad para las informaciones consumidas.

Sostenemos, entonces, que lo que en el contexto actual es nuevo, o cuanto menos diferente, es algo que debería ser estudiado no sólo en relación con las mutaciones en las plataformas mediáticas sino también estrechamente ligado a los distintos contextos de producción, circulación y reconocimiento de las noticias. Por ejemplo, en el caso de la Argentina reciente se ha acentuado la proliferación de *fake news* como consecuencia de

la así llamada *grieta* política, en la que los actores del proceso comunicativo dejan de lado la corroboración de los hechos frente a las emociones, a las posiciones ideológicas o a las propias creencias, especialmente si validan una opinión previa.

Desde el punto de vista del vínculo *prensa escrita* – *prensa online*, es evidente que aún existe una tensión que se pone de manifiesto en cierto *valor* –positivo– asignado por los medios de prensa a aquello que es publicado en formato papel, por sobre lo que aparece escrito en las pantallas. Este tránsito irresuelto del papel a lo digital parece poner en cuestión la deontología misma del periodista, y demandar una mayor comprensión de los procesos de creación de lazos comunitarios *en línea*, insoslayables para entender los procesos de formación de opinión atravesados por la existencia de las redes sociales en Internet.

Probablemente estos apuntes permanezcan incompletos; sería necesario aquí extendernos sobre la cuestión de la relación entre verdad e información, que exceden a los límites de estas líneas. Sin embargo, y recordando la crítica al constructivismo extremo que recuperamos más arriba, podemos mencionar que no se trata aquí de sostener el equívoco de que no habría una realidad objetiva a ser referida, y que por ende todas las interpretaciones serían equivalentes, sino que, por el contrario, la problemática de las *fake news* nos ayuda a poner al descubierto que es necesario repensar no tanto los criterios de lo que es o no noticiable, sino las fortalezas y debilidades de la idea misma de lo verdadero.

Referencias

Boccia Artieri, G. (2017). Fake News: un decalogo da cui ripartire. *Digital News Institute*. Recuperado de <https://www.digitaltransformationinstitute.it/fake-news-un-decalogo-da-cui-ripartire/>

Galup, L. (2019). *Big data y política. De los relatos a los datos. Persuadir en la era de las redes sociales*. Buenos Aires: Ediciones B.

Gili, G. y Maddalena, G. (2018). *Post-verità e fake news: radici, significati attuali, inattesi protagonisti e probabili vittime*. *Media Education*, 9(1), 1-16. Disponible en http://riviste.erickson.it/med/wp-content/uploads/1%20MED_Maggio%202018.pdf

Lasswell, H. (1985) Estructura y función de la comunicación de masas en la sociedad. En M. Moragas Spá, *Sociología de la comunicación de masas*, Tomo II, pp- 50 – 68. Barcelona: Gustavo Gilli.

Lazarsfeld, P. y Merton, R. (1985) Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada. En M. Moragas Spá, *Sociología de la comunicación de masas*, Tomo II, pp. 231 – 258. Barcelona: Gustavo Gilli.

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós Comunicaciones.

Maestri, M. (2011). Las audiencias digitales: convergencias y prácticas. En S. Valdetaro (coord.), *Interfaces y Pantallas*, pp. 29 – 35. Rosario: UNR Editora. Disponible en: <https://cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros/7/interfaces-y-pantallas-analisis-de-dispositivos-de-comunicacion>

Mazzone, D. (2018). *Máquinas de mentir. “Noticias falsas” y “posverdad”*. Buenos Aires: La Crujía.

Rubio, D. (2017). La política de la posverdad. *Estudios de política exterior* 176. Pp. 58-67. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/347008913/La-politica-de-la-posverdad>

Saperas, E. (1987) *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona: Ariel Comunicación.

Valdetaro, S. (2013). Revisión de las teorías sobre efectos en el contexto de la mediatización actual: la cuestión de la masa. En M. Maestri y R. Biselli, *Mediatizaciones en foco*, pp. 109 – 120. Disponible en https://cim.unr.edu.ar/assets/archivos/cuadernocim_1.pdf

Valdetaro, S. (2015). *Epistemología de la comunicación. Una introducción crítica*. Rosario: UNR Editora.

Verón, E. (1987). *Construir el acontecimiento*. Barcelona: Gedisa.

Verón, Eliseo. (1993). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.

Wolf, M. (2013). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Buenos Aires: Paidós.

Artículos de diarios y revistas

Boczkowski, P. (2017). La posverdad. *Revista Anfibia*. Disponible en <http://revistaanfibia.com/ensayo/la-postverdad/>

Carballo, M. (11/07/2019). El impacto de las Fake news en la campaña electoral. *La Nación*. Recuperado de https://www.clarin.com/opinion/impacto-fake-news-campana-electoral_0_6j17dVOY0.html

Fesquet, S. (08/07/2018). Miente, miente, que algo queda. *Clarín*. Recuperado de https://www.clarin.com/opinion/miente-miente-queda_0_HJi29QxQQ.html

Katz, A. (15/07/2017). Estrategias bélicas de la posverdad y la sarsa. *Clarín*. Recuperado de https://www.clarin.com/revista-enie/ideas/estrategias-belicas-posverdad-sarasa_0_rkdpQV9gW.html

Levy Yeyati, E. (16/09/2018). Posverdad y democracia. La riesgosa trampa del tribalismo moral. *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/opinion/posverdad-democracia-la-riesgosa-trampa-del-tribalismo-nid2171786>

Ponsowy, M. (07/02/2018). La era de la posverdad en la política y en el arte. *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/opinion/la-era-de-la-posverdad-en-la-politica-y-en-el-arte-nid2107148>

Zarazaga, R. (21/04/2019). El conocimiento, una luz en el humo de la posverdad. *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/opinion/el-conocimiento-una-luz-en-el-humo-de-la-posverdad-nid2239693>

Mediatizaciones en jams de música de raíz afronorteamericana de Buenos Aires

Mediações na jams de música de raízes afro-norteamericanas em Buenos Aires

Emiliano Vargas

FSOC - UBACyT - UBA

emilianov1988@gmail.com

Resumen

El presente trabajo explora formas de construcción de sistemas de intercambios discursivos en las vidas de lo musical de la plataforma Instagram a partir del estudio de dos ciclos musicales que se denominan como *jams de música de raíz afronorteamericana* (JMA) en Buenos Aires: *Afromama* y *Skill Session*, fenómenos que se inscriben en un tema mayor que constituye una tesis de maestría en curso enfocada en las vidas de lo musical en Organizaciones Socio-Musicales de Buenos Aires. Se articula el enfoque semiohistórico de la semiótica de las

mediatizaciones con la observación participante para dar cuenta de aspectos tanto de su vida offline como online.

Palabras clave

música, afroamericana, mediatizaciones, Instagram, jams

Resumo

O presente trabalho explora formas de construção de sistemas de trocas discursivas na vida musical da plataforma Instagram, a partir do estudo de dois ciclos musicais chamados de jams de música de raízes afro-americanas (JMA) em Buenos Aires: Afromama e Skill Session, fenômeno que faz parte de um tema maior que constitui uma dissertação de mestrado em andamento focada na vida do musical nas Organizações Socio-Musicais de Buenos Aires. A abordagem semi-histórica da semiótica da midiatização é articulada com a observação participante para explicar aspectos de sua vida offline e online.

Palavras chave

musica, afro-americana, mediatizações, Instagram, jams

Introducción

Hablar de vidas de lo musical implica sumergirse en el universo de relaciones entre música, redes y espacios sociales, donde se descubren y ponen en discusión nuevos procesos, nuevos soportes, nuevos usos y gustos de lo musical.

Las unidades de análisis que se abordan en este artículo pertenecen a este universo, ya que forman parte de un fenómeno que viene en expansión en los circuitos musicales de Buenos Aires y que, como se verá, su funcionamiento y crecimiento no puede ser comprendido sin la incidencia de las nuevas mediatizaciones: se trata de jams de música de raíz afronorteamericana (JMA).¹ El presente trabajo se refiere a JMA para nombrar a eventos que se celebran en distintos clubes de baile y espacios culturales de la ciudad de Buenos Aires (CABA) y el conurbano bonaerense, las cuales reúnen tanto músicos como DJs y públicos, en los que se ejecuta música previamente no ensayada, improvisada, como también *covers* (López Cano, 2012).

Tomaremos dos casos de JMA por encontrarse en estadios opuestos de desarrollo: *Afromama* que constituye un caso emblemático y de gran trayectoria en el circuito de espacios culturales y clubes de baile de Buenos Aires², y *Skill Session* por tratarse de una JMA nueva que da sus primeros pasos en el desarrollo de su propuesta.

Ambos ciclos musicales corresponden a un mismo recorte genérico estilístico, pero cada uno se encuentra en etapas totalmente distintas de maduración, tanto de su vida física como en su uso y presencia en distintas plataformas.

1. Se trata de un fenómeno cultural que desde hace años viene en franca expansión tanto en CABA como en la provincia de Buenos Aires. Sólo por nombrar otras jams que pueden ser agrupadas dentro de este fenómeno, mencionamos a a MotherFunker Jam (CABA) JITMICILO (La Plata) o JamClubba (CABA).

2. Ver, por ejemplo, <http://www.alertacultural.com/Afromamas-musica-negra-en-el-corazon-de-palermo/>

El objeto de interés en las JMA reside en dos aspectos. El primero es que los eventos transcurren en espacios culturales y clubes de baile tanto de CABA como de provincia de Buenos Aires, espacios investigados tanto en el *cara a cara* como desde sus diversas mediatizaciones por el proyecto de investigación al cual pertenecemos.³ El segundo aspecto es que las JMA constituyen una variación género-estilística de música de raíz afronorteamericana que abarca a diversos géneros en expansión dentro de Argentina, pero las JMA en tanto fenómeno cultural no han sido investigadas académicamente hasta el momento.

Abordaje semiohistórico de las JMA

Según la propuesta metodológica de José Luis Fernández (2017, p. 92) la periodización cultural de las mediatizaciones musicales tiene en cuenta “tres series en las que se construye lo semiohistórico”: en primer lugar los *dispositivos técnicos*, productores de ciertas vidas de lo musical; en segundo lugar la de los *géneros y estilos musicales involucrados* y sus diversas manifestaciones mediante, por ejemplo, operaciones de transposición en las plataformas; y por último, la de los *usos y costumbres de lo musical*, es decir, sus relaciones con públicos/audiencias a través de plataformas –online- y fuera de ellas –offline-. A continuación se desarrollarán los tres niveles de las mediatizaciones de lo musical.

A. Nivel de los dispositivos técnicos

El dispositivo técnico es el instrumental tecnológico que

3. Tanto el freestyle en su formato de batallas como la vida on line y off line de centros culturales y clubes de baile en Buenos Aires vienen siendo estudiados dentro del proyecto de investigación *Letra, imagen, sonido. Plataformas y redes sociales: relaciones entre mediatización, espacio urbano y cultura* y la Cátedra de Semiótica I de la Facultad de Ciencias Sociales – UBA, que dirige José Luis Fernández.

puede definirse como el campo de variaciones que posibilita en todas las dimensiones de la interacción comunicacional (variaciones de tiempo, de espacio, de presencias del cuerpo, de prácticas sociales conexas de emisión y recepción, etc.) que "modalizan" el intercambio discursivo cuando este no se realiza "cara a cara" (Fernández, 1994, p. 37).

El uso de dispositivos técnicos por parte de las JMA abarca a diferentes plataformas mediáticas. Entre las que se destacan Instagram, Facebook, YouTube y Spotify. Instagram es la plataforma en red utilizada para interactuar con sus públicos en la vida online. Mientras que a través de YouTube y Spotify se trabaja en la selección de playlist musicales y edición de música producida por las mismas JMA, es decir, se trabaja sobre la mediatización del sonido desde la producción y circulación específicamente. Volveremos sobre este aspecto en futuros trabajos, ya que merecen atención específica.

En el caso de *Afromama*, antes de la elección de Instagram como plataforma principal, la elegida fue Facebook. Mientras que, en el caso de *Skill Session*, la fan page de Facebook existe pero no genera contenido desde su creación.

En el caso de *Afromama*, la fan page existe y cuenta con más de 24.000 seguidores, pero todo el contenido se replica desde la cuenta de Instagram. Además, la nula cantidad de interacciones ya sea con 'me gusta' o 'comentarios' da cuenta del lugar residual que hoy en día ésta ocupa.

El estilo discursivo de las publicaciones de *Afromama* es el mismo tanto en Facebook como Instagram. Las variaciones se registran en cuanto a la cantidad de imágenes que se suben a cada plataforma. Mientras que en Facebook se suben galerías de entre 80 y 100 fotos, en Instagram cada publicación de la JMA tiene 10 imágenes. En este sentido, en la práctica la fan page de *Afromama* funciona más como un repositorio de imágenes que como un dispositivo a través del cual se interactúa con los usuarios.

A.1. Modalización de las interacciones a través de Instagram

Se analizaron las publicaciones de las JMA estudiadas, realizadas entre los meses de noviembre de 2019 y enero de 2020. Se elaboraron datos que dan cuenta de los modos de interacción discursiva con los seguidores de cada cuenta, y también se describen rasgos de enunciación en el caso de cada JMA.

Los datos cuantitativos que se extrajeron fueron elaborados a partir de la confección de una grilla en la que se calculó el coeficiente de interacción en base a la sumatoria de interacciones por parte del público (contemplando los '*me gusta*' y '*comentarios*') dividido por la cantidad de *seguidores*. De allí se desprende que *Afromama* tiene un coeficiente de interacción en base a los '*me gusta*' de 0,017, mientras que para *Skill Session* es del 0,11. En cuanto al coeficiente de interacción en '*comentarios*', *Afromama* tiene un coeficiente de interacción de 0,01, mientras que el de *Skill Session* es de 0,03.

En cuanto a la temática de las publicaciones, se distinguieron hasta cuatro *variables temáticas* que pueden coexistir en una misma publicación. Se grilló la cantidad de veces que se incluían las temáticas en el total de las publicaciones y se calculó un porcentaje de la cantidad de veces que se incluye cada temática sobre el total de las publicaciones analizadas.

Las temáticas fueron las siguientes:

- *Invitación a evento musical*: en *Afromama* el 80% de las publicaciones contienen dentro de sus temáticas la invitación al próximo evento; sólo un 10% incluye la propuesta artística que contendrá el evento, mientras que en *Skill Session* el 75% de los posts contienen una descripción detallada de la propuesta artística que se llevará a cabo.

En la cuenta de *Afromama* el 3% de las publicaciones contienen información textual sobre actividades ya realizadas en eventos anteriores, mientras que en *Skill*

Session las actividades ya realizadas se incluyen en un 45% de las publicaciones.

- *Sorteo de entradas y consumiciones*: constituye una estrategia para acercar público; en ocasiones utilizada por *Afromama*, en un 30% de las publicaciones, mientras que en *Skill Session* dicha variable registra un 0%.
- *Precio de entradas*: si bien en ambas JMA las entradas se adquieren en puerta con un valor específico, no siempre la información respectiva al precio y existencia de entradas está incluida en la comunicación de los eventos. *Afromama* publica el precio de las entradas en tan sólo en el 5% de sus posteos; mientras que *Skill Session* lo hace en el 25% de las publicaciones analizadas.
- *Promoción de artistas o proyectos musicales*: es un rasgo utilizado por *Skill Session* en el 50% de las publicaciones analizadas; en el caso de *Afromama* sólo se registra un 5%, aunque vale aclarar que dicho porcentaje corresponde a artistas de renombre como es el caso de Catriel, Dante Spinetta o Willy Crook,⁴ artistas cuyos nombres convocan a gran cantidad de espectadores. En el caso de *Skill Session* se etiqueta a artistas de baja o nula convocatoria y la estrategia del etiquetado apunta a su promoción, pero también a instarlos a mantener un vínculo cercano y activo con el ciclo.

A.2. Tratamiento de imágenes

También se realizó un análisis descriptivo de las imágenes pertenecientes a las publicaciones en los perfiles de usuario de Instagram. De allí se desprende que si bien el uso de la fotografía en las publicaciones de ambos ciclos utilizan tanto foto-

4. Se trata de figuras destacadas de lo que, en el marco del presente artículo, se denomina música de raíz afronorteamericana. En futuros trabajos se desarrollaran y expondrán diferentes aspectos concernientes a la cuestión de los géneros y estilos musicales contenidos dentro de esta propuesta.

grafías a color como en blanco y negro, éste último recurso es utilizado con mayor asiduidad en *Skill Session*.

El caso de *Afromama* destaca el uso de diferentes tonalidades de azul como un recurso característico, además del uso de filtros personalizados por el fotógrafo del evento, en los que se emula diferentes efectos vintage.

En *Afromama* se reconoce un uso regular de fotos grupales, mientras que en *Skill Session* es más parejo el uso de fotografías grupales con las individuales. Por su parte, en *Afromama* son reiterados los retratos al público, de modo grupal; en particular, a mujeres en poses sensuales mientras se baila o se disfruta del evento grupalmente. En *Skill Session* priman las fotografías del público en situación de observación de la performance, casi siempre de espaldas o de perfil. Son pocos los registros de interacciones grupales.

Ambos ciclos retratan a los artistas en escena tanto individual como grupalmente. Los planos más utilizados son el plano general y plano medio. La riqueza de planos desplegados en la fotografía de *Afromama* -el uso de planos picados y contrapicados, primeros planos o planos en detalle- deja ver un mayor profesionalismo en la propuesta fotográfica de *Afromama*, así como la utilización de distintas lentes de cámara.

Todas las publicaciones de *Afromama* contienen 10 fotografías; dentro de las cuales entre 3 y 4 de ellas aparecen personas con rasgos afroamericanos, ya sea del público o de músicos.

En *Afromama* es habitual el recurso de fotografías en primer plano a partes específicas de cuerpos mientras se mueven en el público, como también primer plano a objetos que pueden ser bebidas o instrumentos. También es habitual fotografiar al DJ de turno, con lo que se grafica el clima festivo que se vive hacia el interior del evento.

En cuanto a las ilustraciones de flyers que se publican en ambas cuentas, ambas presentan flyers figurativos en los que se muestra la información en modo ordenado. En el caso de *Afro-*

mama, la esteticidad de los mismos alude a un estilo vintage que se retrotrae a figuras afronorteamericanas de los años '70; mientras que la tipografía es siempre la misma, así como su isologotipo. Para el caso de *Skill Session*, los recursos visuales adquieren un patrón irregular. Las tipografías que fueron adoptando a lo largo de las publicaciones cambiaron, así como el diseño.

En el caso de las tipografías, el isologotipo de *Skill Session* emplea la tipografía denominada *apañe*, típica de la cultura hip hop descrita por Olvera (2014), para luego cambiarla por una de tipo palo seco en letra mayúscula, de corte minimalista; mientras que *Afromama* posee una tipografía de diseño propio que produce un efecto vintage y afroamericano al ser conjugada con un peine afro. El resto de la información que se comunica a través de los flyers suele escribirse con tipografías de tipo palo seco.



Imagen 1: extraída de <https://www.instagram.com/p/BwaOJ5aAr-HC/>

Todos los Domingos desde las 23hs

AFRO MAMA Jams

JUNIO 2017

DOMINGO 4
ESPECIAL DESDE LAS BANDEJAS
45RPM
DJ CASABLANCA
100% VINILOS

DOMINGO 11
ESPECIAL DESDE LAS BANDEJAS
HIP-HOP
DJ BRI

DOMINGO 18
ESPECIAL DESDE LAS BANDEJAS
20 ANIVERSARIO
INVASION FUNKY
DJ FUNKY FLORES

DOMINGO 25
ESPECIAL DESDE LAS BANDEJAS
NEW JACK SWING
DJ ARGERAX

EN LAS BANDEJAS
DJ LENNI FUNK
DJ NONAMZ

SHOW EN VIVO
AFROMAMA CREW
MAS INVITADOS DE LUJO

100% BLACKMUSIC

MAKENA
CANTINA CLUB
Flz Roy 1519 - Pakemo

Entrada 40\$

FLUYE SANTO 192STUDIO @DOUBLEAA FITTED

Imagen 2: extraída de <https://www.instagram.com/Afromamajams/?hl=es>

En las Imágenes 1 y 2 –*Skill Session* y *Afromama* respectivamente- podemos apreciar algunas huellas de significación de sus discursos mediatizados. En ambos casos vemos marcas de sentido que aluden a la cultura urbana de raíz afronorteamericana. En el caso de *Afromama*, diferentes marcas de sentido evocan a los inicios del hip hop, el funk y la música disco, cuyos inicios datan de la década del '70 en barrios marginales de Estados Unidos, donde las comunidades negras desarrollaron diversas prácticas culturales (Olvera, 2014). La ilustración de un hombre de etnia afronorteamericana con vestimenta militar evoca a las Panteras Negras, símbolo de la resistencia de la cultura negra durante la década del '70 en los Estados Unidos. En el caso de la Imagen 1 vemos que la marca de sentido está dada con la tipografía que imprime el nombre del ciclo musical con la utilización de el *gancho* o *apañe* propios de la cultura

grafittera emparentada con el hip hop y prácticas culturales urbanas (Olvera, 2014).

Mientras que en las Imágenes 3 y 4 pueden distinguirse operaciones de transposición (Steimberg, 2013) al comparar un flyer de promoción de *Afromama* con un poster de promoción de la película *Ascensor para el cadalso* (Louis Malle, 1958) cuya banda sonora fue compuesta por Miles Davis y constituye un clásico del llamado *cine jazz*. La transposición se aprecia en el uso del blanco como fondo en combinación con colores saturados hacia el frente, la disposición de la información, así como también la utilización de la tipografía:



Imagen 3: *Ascensor para el cadalso* (1958). Diseño de Willy Mucha.



Imagen 4: Flyer promoción de Afromama extraída de Instagram

Continuando con el análisis del tratamiento fotográfico, se destaca, en el caso de *Afromama*, la alusión a distintos ejes temáticos entre los que sobresale gente bebiendo en copas, fumando marihuana y riendo. Mientras que, en el caso de *Skill Session*, las fotografías varían entre 1 y 4 por publicación, no hay marcas de agua, y tampoco se evidencia una intencionalidad de comunicar acciones o rasgos específicos mediante el uso de la fotografía. La alusión al jazz vuelve a aparecer, esta vez directamente con la fotografía de Miles Davis.



Imagen 5: Fuente: https://www.instagram.com/skill_session/?hl=es-la



Imagen 6: Fuente: <https://www.instagram.com/Afromamajams/?hl=es-la>



Imagen 7

Fuente: https://www.instagram.com/skill_session/?hl=es-la

En cuanto al tratamiento de imágenes que se hace tanto para la promoción de los eventos como para mostrar al músico y el público, resultan de utilidad algunas de las categorías planteadas por Santiago Videla (2018), en las que se señala la irrupción de la comunicación directa entre el músico y sus seguidores a partir del advenimiento de las redes sociales sin la necesidad de la intermediación de terceros, como fue el caso de los retratos de prensa especializada o la producción musical asociada a las empresas discográficas; ambas propias del momento *broadcasting* (comunicación de uno a muchos) que tuvo su momento de gloria durante la década del ochenta y el noventa hasta la aparición del periodo *networking* (comunicación de muchos a muchos).

En sintonía con Videla, encontramos la presencia de la categoría que él denomina “la intimidad de la música” (Videla, 2018, p. 77), para dar cuenta de imágenes que evocan a momentos cercanos, anteriores o posteriores a la salida a escena: pueden ser durante pruebas de sonido, durante momentos de relajación antes o después del show, o incluso durante la performance misma pero desde el punto de vista en el que “se ve al músico” (Videla, 2018, p. 77).

Además de mostrar la intimidad de la música hay una aproximación a la categoría “intimidad del músico” (Videla, 2018, p. 77), en tanto se publican fotografías donde se celebran cumpleaños de distintos músicos que suben a escena, como se evidencia en la Imagen 8.

Es decir, las categorías *intimidad de la música* e *intimidad del músico* descritas por Videla para describir la relación directa entre el músico y el público aparecen entrecruzadas cuando los ciclos musicales funcionan como intermediarios y esa relación directa se disuelve o, mejor dicho, queda circunscripta específicamente al ámbito del cara a cara.



Imagen 8. Fuente: <https://www.instagram.com/Afromamajams/?hl=es-la>

Por otro lado se ve que cada ciclo musical apela a la búsqueda de un efecto que emule la existencia de lo ausente: en el caso de *Afromama*, una de las JMA con mayor trayectoria en Buenos Aires, se apela a un efecto de amateurismo en la construcción discursiva; mientras que en las *Skill Session* -una JMA de poca trayectoria- se apela a un efecto de profesionalismo, cuyas marcas de sentido se dan en la utilización de la fotografía y el armado en mosaico de su muro de Instagram (ver Imagen 11).

El efecto de amateurismo en *Afromama* tiene sus huellas en el estilo discursivo de algunos de sus flyers de promoción, que evocan a grafitis y pinturas con una estética visual propia de la cultura urbana de los años '70 como se describió más arriba, pero también vemos la presencia de este efecto en la simulación de memes para recordar a los seguidores que el domingo siguiente se llevará a cabo el ciclo (Ver Imágenes 9 y 10).

En la Imagen 10 también se puede apreciar la utilización de terminología perteneciente a la jerga de las batallas de *freestyle*. De este modo palabras como *crew* o *hanguear* forman parte del vocabulario habitual con el que construyen los intercambios discursivos en plataformas. Esto es a la vez una huella de que las jams de música de raíz afronorteamericana comparten, al menos parcialmente, el universo simbólico del hip hop y el freestyle.



Imagen 9. Fuente: <https://www.instagram.com/Afromamajams/?hl=es-la>

Desde el punto de vista del espectador, en el nivel de las mediatizaciones en red vemos en *Afromama* la inclusión del público en la construcción de los textos que se mediatizan. Es notorio un predominio de la figura de la mujer por sobre la del hombre, casi siempre en situaciones que podrían considerarse sensuales a partir de la utilización del primer plano como recurso estético, que bien se aprecia por ejemplo en la Figura 12. En el nivel de los intercambios discursivos se encuentra la utilización de la ambigüedad como recurso estilístico. En el caso de la Imagen 12, con la utilización de la palabra “mami” para hacer alusión tanto al día de la madre como al modo coloquial de nombrar a una mujer para dar cuenta de su sensualidad.



Imagen 10. Fuente <https://www.instagram.com/Afromamajams/?hl=es-la>

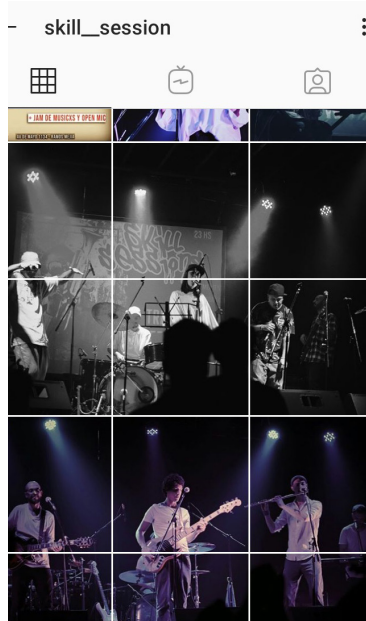


Imagen 11.

Fuente https://www.instagram.com/skill_session/?hl=es-la

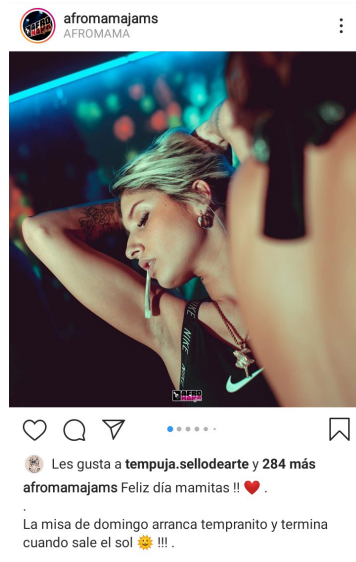


Imagen 12. Fuente: <https://www.instagram.com/Afromamajams/?hl=es-la>



Imagen 13. Fuente https://www.instagram.com/skill_session/?hl=es-la

A.3. Aspectos no aprovechados de la plataforma

En ningún caso se registra el uso de la opción de publicidades pagas por parte de las JMA. Por otra parte, el uso de videos en la biografía es explotado por *Skill Session*, donde prima el uso de videoclips de proyectos musicales estables que visitan el ciclo por sobre videos de las sesiones de improvisación. Cuando se realizan videos de las sesiones de improvisación las imágenes son tomadas con celular, sin uso de filtros, y siempre se trata de fragmentos de piezas musicales mientras son ejecutadas.

Las herramientas de edición de imágenes que provee la plataforma a través del uso de filtros son utilizadas por la cuenta de *Skill Session*, mientras que los filtros y los distintos procesos de edición por los que pasan las imágenes de la cuenta de *Afromama* se realizan fuera de la plataforma.

Ninguna de las JMA estudiadas hace uso de la aplicación IGTV de la plataforma Instagram. Esta opción permite subir videos con una extensión mayor a la del minuto permitido en videos de biografía, habilitando la transmisión de audiovisuales con una duración de hasta 10 minutos, y 60 minutos en el caso de cuentas verificadas⁵ o con elevados índices de popularidad. Es decir, las opciones que tienden a mediatizar en tiempo real los eventos como las transmisiones en vivo vía streaming, así como aquellas que permiten subir videos de largas extensiones de tiempo, son dejadas de lado por las JMA.

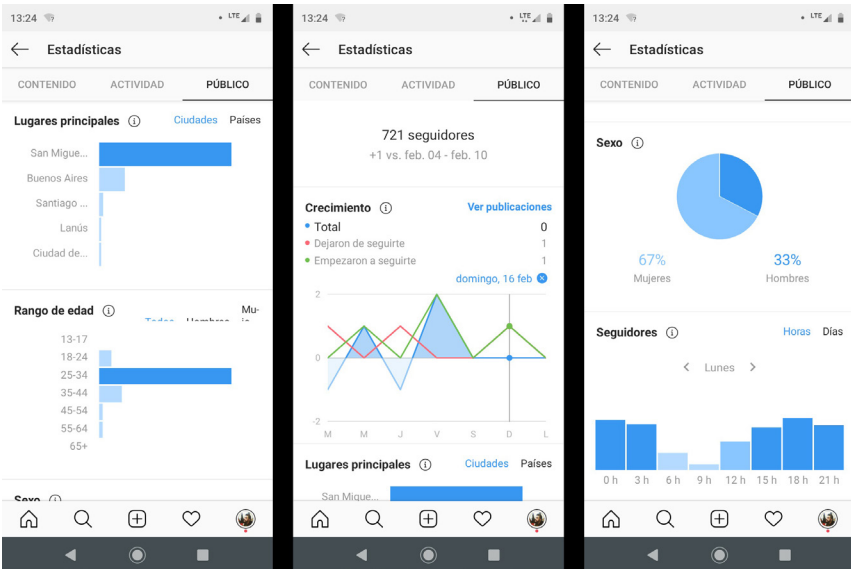
La mediatización de las JMA se caracteriza por contener videos en diferido. Hay una selección de videos que diferentes seguidores comparten en sus storylines y, al ser etiquetada la JMA, ésta puede compartirla en el storyline de su propia cuenta. De este modo las storylines de las JMA conjugan videos de sus seguidores con videos propios realizando una selección de fragmentos de lo acontecido en el evento. Es decir, hay una actividad metadiscursiva que se lleva adelante una vez que finaliza el evento, donde a partir de un vínculo *interaccional* con los seguidores se reconstruye el acontecimiento. Prima la reconstrucción del acontecimiento y la interacción con los asistentes por sobre la transmisión completa del mismo.

Este rasgo diferencia la mediatización de las JMA con otras sesiones de improvisación contemporáneas, como por ejemplo la Batalla de Gallos descritas por Mariano Lapuente (s/a), en las que la transmisión en vivo vía streaming adquiere un rol fundamental y donde la participación de la mayor parte del público se circunscribe al mundo virtual.

5. Instagram coloca la insignia de verificación a las cuentas que puedan ser suplantadas, confundidas con cuentas falsas o que son de interés público. La insignia es un check color azul que se encuentra al costado izquierdo del nombre de usuario.

A.4. Configuración de las cuentas de usuario

En cuanto a la configuración de las cuentas de usuario de las JMA, ambos ciclos tienen su configuración de cuenta en modo profesional. Y dentro del modo profesional, en la opción creador. Cuando se trata de Instagram, activar una cuenta en modo profesional abre al usuario una gama de herramientas que sistematizan información sobre los seguidores de la cuenta, como ser sexo, edad y rango etario donde se encuentra concentrada la mayor cantidad de interacciones, como se ve en las siguientes Imágenes:



Figuras 14, 15 y 16. Extraídas de Instagram

En cuanto a la información de usuario, el perfil creador habilita la posibilidad de generar hipervínculos con sitios web del usuario, así como con cuentas en otras plataformas. En el caso de las cuentas de usuario de las JMA, los links que se encuentran en la biografía llevan directamente a las playlists que cada JMA ha confeccionado desde su cuenta de usuario en Spotify. También evidencia que las JMA no poseen página web.

El perfil profesional de Instagram brinda la posibilidad de situar en una categoría profesional a la cuenta de usuario. El perfil profesional ofrece 41 categorías diferentes que el usuario puede seleccionar para mostrar en su perfil biográfico. Dentro de ellas sólo cinco son compatibles con labores vinculadas a las vidas de lo musical: *Productor*, *músico*, *artista*, *DJ*, y *músico/banda*.

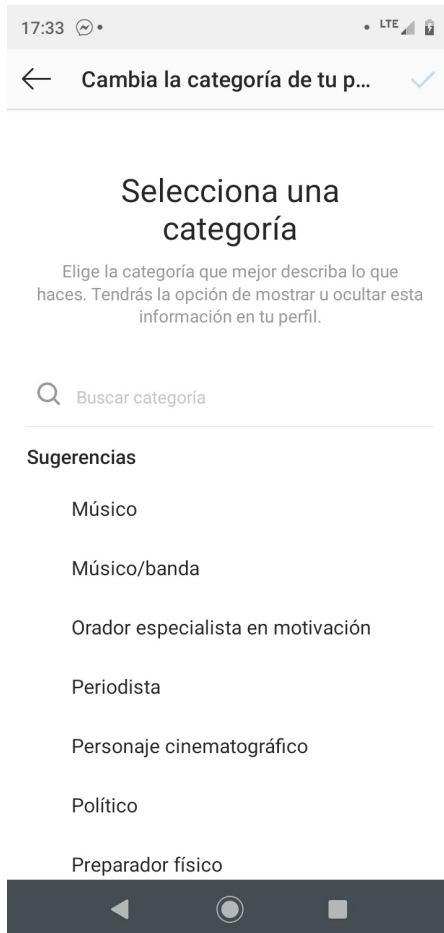


Imagen 17. Extraídas de instagram

Como puede apreciarse, ninguna de las categorías disponibles en la plataforma se adapta con especificidad a la labor de las

JMA en las vidas de lo musical. No es una banda, aunque surgen bandas a partir de las sesiones de improvisación de las JMA; no se trata de productoras ni sellos discográficos, aunque producen y editan material discográfico. A su vez, como se aprecia en las Imágenes 6 y 7, *Afromama* optó por la categoría de *Músico/banda*, *Skill Sessions* optó por la de *productor*. Es decir, la plataforma no posee una categoría que contenga a este tipo de colectivos mediatizados.

B. Nivel de géneros y estilos

La conjunción de géneros y estilos musicales que componen las JMA es amplia, siempre dentro del abanico genérico de la música afronorteamericana. Incluye al funk, el pop, el reggae, la música disco, el hip hop, el jazz y el neo soul.

Por una cuestión de espacio, en el presente trabajo se desarrolla una breve historia de las mediatizaciones de los tres géneros que sintetizan el cóctel género-estilístico de las JMA y que a la vez tienen una historia mediática en nuestro país susceptible de ser rastreada. Ellos son el jazz, en tanto constituye la matriz género estilística de donde se toma el concepto de *jam sesión*; el hip hop y el freestyle, que están incluidos en la propuesta musical de las JMA, y que constituyen un caso contemporáneo que ha sido estudiado por diversos autores (Rocha Alonso, 2016; Lapuente, 2014; Muñoz Tapia, 2018). Por último, el neo soul, una variación estilística del soul afronorteamericano, porque se trata del género más ejecutado en las JMA y además está incrementando su visibilidad en Argentina.

B.1. Breve recorrido por las mediatizaciones del jazz

Durante los años '20 del siglo XX, la revista *Caras y Caretas* publicaba anuncios de performances a realizar por parte de las llamadas Big Bands.⁶ Un claro ejemplo de ello es el citado por

6. La expresión en inglés *big band* hace referencia a un grupo amplio de músicos de jazz que tocan conjuntamente; puede ser traducida libremente como orquesta de jazz.

Berenice Corti (2015), donde se hace alusión a la American Jazz Band de Eleuterio Yribarren. Allí se visibilizaban figuras tanto del jazz como del tango.

En la misma década, los *Tés danzantes* constituían uno de los espacios emblemáticos donde se ejecutaba música en vivo. Allí se presentaban músicos como Roberto Firpo y Francisco Canaro presentando sus orquestas "típica y jazz band".

Durante la década del '30 existen registros de gacetillas de programación de radio Excelsior en las que aparecen figuras como Eduardo Armani, Los Dixy Pals o la Santa Paula Serenaders durante 1936.

A mediados de los años cuarenta aparece uno de los antecedentes de mayor trascendencia en cuanto a prensa gráfica, con la irrupción de la *Revista Jazz Argentino* (1946-1946). Asimismo, la asimilación del *fox trot* en el repertorio de Carlos Gardel y los atravesamientos mediáticos de su figura por aquel entonces, tanto en el cine como en la radio, bien pueden condensar las mediatizaciones del jazz en aquella época.

Más adelante, durante los '70 y '80 revistas como *Pelo*, o *Expreso Imaginario* dan cuenta de la existencia del jazz rock en bandas como Invisible, Spinetta Jade o Alma y vida, por citar sólo algunos ejemplos. En las revistas mencionadas era común encontrar comentarios sobre uno y otro género como integrantes de un mismo género musical (Corti, 2015).

En la década del '90 y a posteriori, un antecedente de relevancia lo constituye el suplemento cultural Ñ del diario Clarín y sus reportajes sobre figuras emblemáticas del género, así como sus reflexiones sobre la escena local. Por otra parte, la irrupción de la TV a través de programas como *Badía y Compañía* mediatiza con imágenes a color expresiones musicales de todo tipo; entre ellas, figuras del jazz en su gran mayoría nacionales⁷ y diferentes tipos de fusión con otros géneros.

7. Un registro de ello puede encontrarse en el siguiente link: <https://www.YouTube.com/watch?v=BExQtpW31fQ>

B.2. Hip hop / freestyle

Con respecto a esta matriz las diversas mediatizaciones que adquieren estas prácticas tienen un lugar significativo en el espacio urbano. Tal como lo describen Olvera (2014), Lapuente (2014) y Muñoz Tapia (2018), por citar sólo algunos de los autores que investigan el fenómeno, encontramos que los antecedentes de estas prácticas tienen sus inicios en barrios marginales de los Estados Unidos.

Se trata de un género musical que nace durante las décadas del '70 y '80, período de auge del modelo *broadcasting* y que tiene como dispositivo principal a la televisión, y a nivel de sonido tanto la radio como los discos de vinilo y, más adelante, la irrupción de la miniaturización tecnológica con los walkmans.

Si bien este género existe desde hace más de cuarenta años, el hip hop en su variable *freestyle* adquiere gran notoriedad en nuestro país a partir de la explosión de las batallas de gallos. En Argentina las más importantes son *El Quinto Escalón* y *La Red Bull Batalla de los Gallos* (Lapuente, s/a).

Enrique Muñoz Tapia aborda en distintos trabajos el hip hop y sus variables en el marco de la cultura argentina. Sostiene que la creciente visibilidad de esta música fue antecedida por una imagen pública difusa, donde el rap “parecía ser una música no muy popular, ni por su extensión, ni por su clase social” (Muñoz Tapia, 2018, p. 2). Este autor ubica el inicio de la popularidad del rap en Argentina a partir del 2001; en este sentido, se habría tratado de un rap que emergió en tiempos de crisis económico-social junto con el ocaso del modelo *broadcasting* en la industria musical.

Para Muñoz Tapia, la democratización de las tecnologías digitales trajo aparejada una diversificación de la práctica social del hip hop, con producciones cada vez más independientes de las grandes compañías discográficas, además de una creciente inversión de empresas en la producción de eventos masivos. El autor sugiere que las transformaciones tecnológicas y la de-

mocratización de sus usos, junto con productos culturales que alcanzaron gran popularidad como por ejemplo la película *8 mile*⁸, habrían alentado nuevas formas más *locales* del género.

Mariano Lapuente (s/a, p. 3) analiza la lógica de las batallas de *freestyle* y sus mediatizaciones. Entre los rasgos que describe atribuye un gran valor a la incidencia del modelo *networking* –comunicación reticular: de muchos a muchos- en la mediatización de estos eventos, como ser las transmisiones de las batallas a través del streaming en redes. También nombra a mediatizaciones de un fuerte carácter *postbroadcasting*, como es el caso del informativo denominado *La Gallera*, informativo transmitido por Facebook en el cual se replica el modelo broadcasting por tratarse de un género periodístico concerniente a aquel período pero con la marca propia del networking, ya que se transmite en una plataforma que permite la interacción de los usuarios; por ejemplo, dejando sus opiniones a medida que el noticiero transcurre.

B.3. Neo soul

El neo soul es un estilo contemporáneo de música afronorteamericana que, en tanto subgénero, surge a partir de la fusión de otros estilos musicales provenientes de las comunidades negras de Estados Unidos. Según los intérpretes y compositores de que se trate, este subgénero es una revisión actual de la música soul afronorteamericana que conjuga en distintas proporciones ritmo, cadencias armónicas y recursos melódicos traídos principalmente del jazz, el soul y el hip hop con el uso de los llamados *beats*, que se utilizan actualmente tanto en el trap como en el hip hop y en el rap. De este modo, las

8. Es una película dramática dirigida por Curtis Hanson y protagonizada, entre otros, por el rapero Eminem, Kim Basinger y Brittany Murphy. El argumento está basado en los primeros pasos en el mundo del rap del propio Eminem, y como éste quiere ganarse el respeto entre los raperos negros. La película fue todo un éxito y, además de ser bien recibida por la crítica, ganó un Óscar a la mejor canción original por *Lose Yourself*, siendo la primera película que gana una estatuilla por una canción de hip-hop. Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/8_Mile

líneas vocales pueden incluir tanto al rap como a melodías con un estilo soul muy marcado. Se trata entonces de un subgénero contemporáneo que, sigilosamente y en paralelo al boom de la música trap y la explosión del hip hop en Buenos Aires, continúa ganando adeptos en estas latitudes.

Sus orígenes pueden rastrearse en los Estados Unidos a mediados de la década de los '90. Se registra en él una trayectoria similar en nuestro país si la compara con el fenómeno del rap: poco a poco, comienza a ser ejecutada y compuesta por artistas locales, adoptando líricas que incluyen terminologías porteñas y bonaerenses mediante la utilización de palabras comunes.⁹

En el neo soul, la práctica del rap y el freestyle se encuentran presentes aunque conjugadas con la ejecución de instrumentos que mezclan armonías utilizadas en el jazz¹⁰ y formas de interpretación emparentadas a la música funk de raíz estadounidense, sobre todo en la forma de llevar el *groove*, tal y como sucede en las JMA. El *loop*, es decir, la repetición de frases tanto a nivel rítmico como melódico, es un condimento característico. A nivel mundial algunos de sus artistas más representativos son Hiatus Kaiyote, D'angelo y Erykah Badu.¹¹

Recientemente, en la Argentina sitios webs de noticias vinculados la construcción metadiscursiva de la música contemporánea han comenzado a mediatizar proyectos de neo soul¹².

9. Algunos exponentes locales son NAFTA <https://indiehoj.com/descubrir/nafta-presenta-su-primer-disco-acompanado-de-una-pelicula/> y la cantante Chita <https://indiehoj.com/descubrir/neo-soul-desde-buenos-aires-conoce-chita/>

10. Al respecto en el libro *Jazz Argentino. La música "negra" del país "blanco"*, Berenice Corti (2015, p. 43) expone su preferencia por referirse a *armonías en el jazz* y de ese modo evitar hablar de *armonías del jazz*.

11. En los siguientes enlaces se puede acceder a canciones de los artistas mencionados:

Hiatus Kaiyote <https://www.YouTube.com/watch?v=p-e6-jjbrs0>; D' Angelo <https://www.YouTube.com/watch?v=34S8mat51KQ>; Erykah Badu <https://www.YouTube.com/watch?v=yDTmwuWZpKl>.

12. Para citar algunos ejemplos: <https://indiehoj.com/descubrir/nafta->

Revistas y sitios web de gran trayectoria en el ámbito cultural argentino, como el suplemento *NO* del diario *Página/12*, visibilizan el género¹³ a la par del trap o del hip hop, aunque al menos por el momento esta variación género-estilística de la música afronorteamericana parece atraer a un público más selecto que en el caso de los géneros recién mencionados. En la propuesta del neo soul, al igual que para el hip hop y el trap, la mediatización audiovisual adquiere un peso de relevancia que modela el formato en el que se editan los productos. Por este motivo, YouTube es la plataforma elegida para este género, ya que además es de acceso irrestricto.¹⁴

En el nivel del cara a cara u offline, no sólo las JMA brindan espacio a las matrices género-estilísticas que acabamos de mencionar. Festivales con gran capacidad de convocatoria empiezan a incluir a los mejores exponentes del hip hop y el neo soul, reciclando aspectos del lenguaje del jazz y devolviéndolo a públicos masivos y jóvenes. Como es el caso de NAFTA¹⁵ y su inclusión en el *line up* del último festival *Buena Vibra*¹⁶, llevado a cabo en ciudad de Buenos Aires en febrero de 2020. Para el caso del hip hop, es posible nombrar la irrupción de Wos, o Catriel y Paco Amoroso¹⁷ en el tradicional festival *Cosquín Rock*.¹⁸ Vale aclarar que los dos últimos artistas mencionados,

[presenta-su-primer-disco-acompanado-de-una-pelicula/](https://www.pagina12.com.ar/247523-nafta-es-mas-importante-saber-escuchar-que-saber-tocar)
<https://indiehoj.com/descubrir/neo-soul-desde-buenos-aires-conoce-chita/>

13. Ver <https://www.pagina12.com.ar/247523-nafta-es-mas-importante-saber-escuchar-que-saber-tocar>

14. Ver <https://www.YouTube.com/watch?v=OxhKOVxsn4M> / <https://www.YouTube.com/watch?v=Rg2p-41MkYc>

15. Ver <https://naftaoficial.bandcamp.com/releases>

16. Ver <https://www.facebook.com/festivalbuenavibra/>

17. En el caso de Woss, se trata de una de las figuras del rap argentino más representativas, surgida a partir de las *batallas de gallos*. En el caso Catriel y Paco Amoroso, se trata de figuras recientemente consagradas del trap nacional, quienes a su vez participaron de una de las últimas ediciones de *Afromama*.

18. Ver https://es.wikipedia.org/wiki/Cosqu%C3%ADn_Rock

días después de tocar en dicho festival, participaron en uno de los tradicionales ciclos dominicales de *Afromama*.

C. El nivel de los usos y prácticas sociales

En el caso de las *Skill Session*, el público está compuesto por músicos y artistas que eventualmente suben al escenario a ejecutar música improvisada, o bien por amigos de los músicos y artistas. Mientras que, para el caso de *Afromama*, el público que asiste no forma parte del staff de músicos del ciclo, y las vías de contacto con la JMA son el boca a boca a través de amigos y el vínculo con el ciclo principalmente a través de Instagram.

De este modo, para el caso de las *Skill Session* la figura del prosumidor adquiere gran importancia en el nivel del cara a cara, mientras que en el plano online el etiquetado de los músicos es acompañado con la publicación de videoclips de sus proyectos musicales (cuando los tienen). En ese sentido se aclara que un 35% de las publicaciones analizadas de *Skill Session* contienen videoclips. En todos los casos se trata de músicos que han dejado registro de un vínculo con la *Skill Session* en publicaciones anteriores y/o posteriores. Este tipo de vínculo se constituye por relaciones de *reciprocidad* (Fernández, 2017).

El ciclo brinda espacio para la performance, mientras que en plano virtual funciona como una suerte de vidriera –online y offline– para mostrar a los artistas ante posibles nuevos músicos y públicos. Mientras que la figura del prosumidor llena el contenido artístico de la *Skill Session*, atrae nuevos públicos, amigos y familiares de los músicos.

En el caso de *Afromama* la situación es diferente. Como se dijo, existe un staff de músicos medianamente consolidado y que se va modificando con un sistema interno de recomendaciones de boca en boca entre los músicos para con los organizadores del evento. Este proceso vuelve más cerrada la selección de músicos que suben a escena.

En el nivel de las plataformas el trato es más despersonalizado en los comentarios, y los usuarios que participan en las interacciones lo hacen para comentar sus aspectos favoritos durante la velada, o bien por haberse reconocido a sí mismos o a sus amigos en la galería de imágenes que se publica.

En las jams la relación directa músico/público señalada por Videla (2018) desaparece, y en su lugar los ciclos musicales mediatizados operan como intermediarios entre músicos y músicos, pero también entre músicos y públicos, al producir y poner en circulación fotografías, flyers y videos de las jams, alcanzando un mayor nivel de circulación en comparación con el que tendrían los músicos al distribuir los textos por sí solos desde sus cuentas de usuario personales –salvo en el caso de los artistas consagrados-.

Sucede que en muchas ocasiones se comparte escenario entre músicos que no se conocen entre sí, y luego de la velada vuelven a encontrarse en el espacio mediatizado abriendo la posibilidad de extender el vínculo social y artístico gracias a las nuevas condiciones de mediatización bajo interacciones de *segundo orden* (Verón, 1996).

Como se señaló, una de las variables temáticas que se establecieron para el análisis fue la de *promoción a artistas y proyectos musicales*, de la cual se desprende que en el 50% de las publicaciones de *Skill Session* que se analizaron se etiqueta a los artistas que van a participar del evento. Al analizar los comentarios anteriores y posteriores, se evidencia que la gran mayoría de quienes comentan fueron etiquetados en otras oportunidades como músicos que suben a escena, artistas visuales que realizaron exposiciones, o DJ que musicalizaron la noche.

Conclusiones provisionarias

En las JMA analizadas el vínculo con los públicos se modifica según el nivel de desarrollo y convocatoria de cada ciclo. Ambas JMA poseen coeficientes de interacción que pueden con-

siderarse altos; la diferencia entre ambas reside en los modos de interacción que se establecen.

Sus mediatizaciones están enfocadas en atraer a los seguidores a las performances cara a cara. La participación del público no está completa hasta que no se asiste a la JAM, sea como músico, sea como DJ, o sea como público.

Este rasgo las diferencia, por ejemplo, de otros ciclos contemporáneos de improvisación como las *Batallas de Gallos*, donde el procesamiento en las plataformas mediáticas adquiere un valor en sí mismo.

Se encontraron algunas limitaciones en la propuesta de la plataforma Instagram para contener el carácter heterogéneo de formas que adquieren los colectivos mediatizados que trabajan en las vidas de lo musical.

En el ámbito de las JMA, las mediatizaciones en plataformas constituyen una herramienta de importancia para mantener unida a una comunidad conformada por músicos, artistas y públicos. Según cada caso analizado priman relaciones de *reciprocidad* (Skill Session) y de *complementariedad* (Afromama).

Las JMA adquieren distintos modos de vinculación con el espacio urbano según se trate. Mientras que en *Afromama* hay un anclaje fuerte al espacio urbano, ya que se mantiene desde sus inicios en un mismo lugar (Makena Cantina Bar, en Palermo, ciudad de Buenos Aires), en el caso de *Skill Session* el espacio mediático ordena su funcionamiento; es decir, su existencia pasa primero por el entorno virtual, porque allí se manifiestan las relaciones de reciprocidad.

Los ciclos analizados se caracterizan por dejar de lado las mediatizaciones en directo, como también aquellas que posibilitan transmisiones completas en diferido. Prima la reconstrucción discursiva de eventos pasados a través de la fotografía y lo escritural en las publicaciones.

Afromama apela una gama de estrategias para acercar a nuevos públicos mucho más amplia que *Skill Session*, que se evidencia en la articulación de su discurso en redes, tanto desde el punto de vista pictórico como enunciativo textual. En ambos casos, se destacan operaciones de transposición que van de la sonoridad de las JMA y la estética propia del cine jazz al diseño de flyers para la promoción de los eventos.

Como se dijo en la introducción del artículo, hablar de vidas de lo musical implica inmiscuirse en el universo de relaciones entre música, redes y espacios sociales, donde se descubren y ponen en discusión nuevos procesos, nuevos soportes, nuevos usos y gustos de lo musical. En este sentido, es importante resaltar que durante el proceso de investigación aparecieron prácticas sociales novedosas vinculadas a las vidas de lo musical, específicamente a la producción musical grabada y su circulación a través de plataformas. Ello pone en evidencia que las JMA, en sus casos de mayor desarrollo, han pasado de ser productores de eventos musicales en vivo a abarcar otras ramas de la industria musical, produciendo a diferentes artistas sin ser un sello discográfico. Profundizaremos sobre este aspecto, así como también en el rol de las plataformas mediáticas dentro de ese proceso, en futuros trabajos.

Referencias

Alonso, A. R. (2016). Proyecto burbujas: circuitos de música en Buenos Aires. *LIS Letra. Imagen. Sonido. Ciudad Mediatizada*, (15), 35-48. Recuperado de <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/lis/article/view/3819>

Corti, B. (2008). Jazz y música popular/Jazz y cultura de elites. Arqueología de un estereotipo. En *Actas del Primer Congreso Internacional Artes en Cruce*. Facultad de Filosofía y Letras de Buenos Aires. Recuperado de <https://shortly.cc/qlzxy>

Corti, B. (2015). *Jazz argentino. La música "negra" del país "blanco"*. Buenos Aires: Gourmet Musical Ediciones.

Fernández J. L. (2017). Periodización cultural: lo musical en sus sistemas. En *Plataformas Mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas perspectivas*, pp. 92-98. Buenos Aires: La Crujía.

Fernández, J. L. (2016). Interacción: un campo de desempeño múltiple en broadcasting y en networking. En G. Cingolani y B. Sznajder (eds.), *Nuevas mediatizaciones, nuevos públicos. Cambios en las prácticas sociales a partir de las transformaciones del arte y los medios en la red*, pp. 10-25. Rosario: UNR Editora. Recuperado de <https://cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros/119/nuevas-mediatizaciones-nuevos-publicos-cambios-en-las-practicas-sociales-a-partir-de-las-transformaciones-del-arte-y-los-medios-en-la-red>

Fernández, J.L (1994). *Reflexiones acerca del dispositivo técnico*. En *Los lenguajes de la radio*, pp. 23-37. Buenos Aires: Atuel.

Lapuente M. (2014). Los conciertos en vivo y su procesamiento en las redes: la experiencia social de la música en Youtube. En J.L. Fernández (coord.), *Postbroadcasting. Innovación en la industria musical*, pp- 67-80. Buenos Aires: La Crujía.

Lapuente M. (s/a). *El vínculo social en la música entre el espacio social y el espacio mediatizado* (inédito).

López Cano, R. (2012). Lo original es la versión: covers, versiones y originales en la música popular urbana. *ArtCultura*, 14(24), 81-98. Recuperado de <http://www.seer.ufu.br/index.php/artcultura/article/view/22121>

Muñoz Tapia, S. M. (diciembre de 2018). ¿Cómo se hace y sostiene un rapero en Buenos Aires? Presentación llevada a cabo en X Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires. Recuperado de <http://jornadassociologia.fahce.unlp.edu.ar/x-jornadas/actas/MunozPONmesa38.pdf/view>

Olvera, J. J. (2014). El hip hop en Monterrey. Apuntes para su historia. *Identidades. Revista de expresiones culturales*, 9-23.

Ramos López, J. A. (2017). *El Jam Session como un agente educador externo en el jazz. Una perspectiva desde el aprendizaje significativo* (Tesis

de Maestría) Universidad EAFIT, Colombia. Recuperado de <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/11715>

Steimberg, O. (2013). Libro y transposición. En *Semióticas: las semióticas de los géneros, de los estilos, de la transposición*, pp. 104-106. Buenos Aires: Eterna Cadencia.

Verón, E. (1996). *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.

Videla, S. (2019). La construcción estilística del músico en plataformas. En M. Fernández y S. Sánchez (eds). *Mediatizaciones: territorios y segmentaciones*. Rosario: UNR Editora, pp. 77-98. Recuperado de <https://cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros/148/mediatizaciones-territorios-y-segmentaciones>

Artículos de diarios y revistas

Ribeiro, V. (26 de febrero de 2018). Neo Soul desde Buenos Aires, conocí a Chita. *IndieHoy*. Recuperado de <https://indiehoy.com/descubrir/neo-soul-desde-buenos-aires-conoce-chita/>

Russo, H. (19 de octubre de 2019). Wos y su posible retiro de las batallas de freestyle: "La competencia te desgasta la cabeza". *Diario Clarín*. Recuperado de https://www.clarin.com/espectaculos/musical/wos-posible-retiro-batallas-freestyle-competencia-desgasta-cabeza-0_dDgFY0eY.html

Sanchez, I. (3 de octubre de 2019) Nafta presenta su primer disco acompañado de una película. *IndieHoy*. Recuperado de <https://indiehoy.com/descubrir/nafta-presenta-su-primer-disco-acompanado-de-una-pelicula/>

Interpretantes: Destinación colectiva y modelización de identidades en la mediatización contemporánea.

Interpretantes.

*Destinação colectiva e modelação
de identidade na mediatização
contemporânea.*

Mariano Fernández

UNA - UNLP - CONICET

mariano.fernandez@perio.unlp.edu.ar

Resumen

La mediatización, en cualquier escala, plantea el problema de cómo articular las instancias de producción y reconocimiento, porque obliga a reajustar los desfases en las dimensiones del tiempo, del espacio y de la intersubjetividad. Cuando la escala de mediatización es masiva, se agrega otro elemento: la destinación colectiva. Del otro lado, siempre, hay *colectivos*; o bien, esos otros,

que están del otro lado, deben ser tratados como colectivos, por lo tanto, modelados en el discurso. Para abordar este problema Eliseo Verón retomó el concepto de Interpretante elaborado por Charles Peirce. En este trabajo proponemos una reconstrucción de esa retoma, con el propósito de clarificar su uso y de delimitar el campo de problemáticas empíricas a propósito de las cuáles puede ser aplicado.

Palabras claves

Eliseo Verón, Semiótica, Interpretantes, Colectivos, Mediatización

Resumo

A mediatização, em qualquer escala, coloca o problema de como articular as instâncias de produção e reconhecimento, pois obriga a um reajuste das lacunas nas dimensões de tempo, espaço e intersubjetividade. Quando a escala de mediatização é massiva, outro elemento é acrescentado: o destinação colectiva. Do outro lado, há sempre coletivos; ou então, os outros, que estão do outro lado, devem ser tratados como coletivos. Para enfrentar este problema, Eliseo Verón retomou o conceito de Intérpretante, desenvolvido por Charles Peirce. Neste trabalho propomos uma reconstrução deste retorno, com o objetivo de esclarecer o seu uso e delimitar o campo de problemas empíricos aos quais pode ser aplicado.

Palavras-chave

Eliseo Veron, Semiótica, Interpretantes, Coletivos, Mediatização

1. Introducción: Verón, Peirce, adaptaciones y usos creativos

Propongo este escrito como un ensayo sobre la retoma que Eliseo Verón ha hecho, en muchos de sus trabajos, de la noción de *Interpretante* desarrollada por Charles S. Peirce. Digo retoma, pero en rigor lo que me interesa es reconstruir el uso operativo del concepto, lo que supone una dificultad añadida: no se trata sólo de recomponer una definición sino de identificar los fenómenos empíricos que pueden ser alcanzados por el concepto.¹

Dificultad que se agrega a esta otra: la obra de Eliseo Verón está repleta de lo que podemos llamar *usos conceptuales creativos*. “Creativos”, aquí, es un término sin ninguna connotación específica, positiva o negativa. Intenta, antes bien, señalar una manera, el estilo en el uso de una herramienta. Creativo es un uso que no es ni mecánico ni caprichoso; podemos reconocer su progenie, pero allí hay un salto, un corrimiento. Quizás por eso se trata de una retoma cuyo resultado es un concepto impreciso, pues no goza de la condición de ser exhaustivo ni excluyente; y tampoco es fácilmente reproducible, pues al querer copiar el gesto, o aplicar el mismo uso, el instrumento no es dócil, nos fuerza por el contrario a una auto-reflexión epistemológica que retrasa su destino metodológico. Ventajas y desventajas: al efecto iluminador – pues abre zonas de reflexión que permanecían veladas– le sigue un efecto incómodo en sus posibles aplicaciones –porque nos devuelve la duda: ¿cómo y cuándo utilizarlo? A ese tipo de usos corresponde el

1. He escrito todo el texto apoyado en la primera persona del singular. Sin embargo, es importante que exprese aquí que este escrito es el resultado parcial del trabajo en un proyecto colectivo de investigación, dirigido por el Dr. Gastón Cingolani, dedicado a la conformación de un archivo digital enriquecido con la obra inédita de Eliseo Verón, cuyo cuidado está a cargo del Centro de Documentación del Área Transdepartamental de Crítica de Artes de la Universidad Nacional de las Artes.

modo en que Verón adoptó, adaptó y aplicó la noción peirceana de *Interpretante*.

Podrá decirse que, con respecto a Peirce, y sobre todo si se trata de estudiar problemáticas comunicacionales actuales, la única opción es el uso creativo. Es verdad. Por eso aquí el foco de interés es otro: si en las condiciones de mediatización contemporáneas ese uso puede ser replicado y si los alcances del concepto pueden ser mejor precisados. La pregunta que planteo, entonces, no es si Verón utilizó correctamente un concepto proveniente de Peirce, sino si el concepto de Interpretante, creado por Peirce y reutilizado por Verón, es adecuado para estudiar fenómenos de mediatización emergentes con Internet. Como mi respuesta es de antemano afirmativa, este texto debe leerse como el intento por justificarla.

Para eso, voy a ordenar mi exposición de la siguiente manera: en primer lugar, voy a repasar brevemente el estatuto del Interpretante en la semiótica de Peirce; no pretendo hacer ninguna contribución heurística, sino establecer el lazo entre el “uso original” y el “uso adaptado”. Luego, voy a recortar la problemática general a propósito de la cual Verón recuperó el concepto en el marco de lo que alguna vez denominó “semiótica operativa”. En el apartado siguiente quiero glosar un breve texto que Verón publicó en 2009 en el que puede verse con más claridad cómo funciona la noción de Interpretante en el análisis aplicado. Para finalizar, voy a proponer algunas reflexiones sobre cómo se plantea la problemática de la articulación entre producción y reconocimiento, la destinación colectiva y la modelación de los destinatarios en la mediatización contemporánea.

2. Interpretantes: la “fuerza dulce” de las mediaciones sociales

Para anticiparme a posibles objeciones: no hay manera de tratar sobre Peirce que simplificando, a menos que uno pre-

tenda realizar una tesis doctoral enfocada en su obra. Peirce no creó una disciplina de análisis aplicado sino que desarrolló una reflexión filosófica –ontológica, epistemológica– de modo que el pasaje al análisis del discurso necesariamente obliga a simplificaciones conceptuales; es verdad que su Semiótica (su ciencia cuasi-lógica o formal de los signos) ha estimulado a investigaciones que, ellas sí, apuntan al análisis empírico de problemáticas sociales, pero el riesgo de enredarse en una competencia hermenéutica sobre su obra es, siempre, un escenario posible.

Dicho esto, en la semiótica de Peirce el Interpretante es el elemento diferencial en su definición del *signo* –si la comparamos con otras concepciones semióticas– pero también es un elemento aquel aquejado por al menos dos ambigüedades. La primera, relativa a su estatuto antropomórfico; la segunda, relativa a la dificultad para establecer la relación de determinación que mantiene con los demás componentes del signo (el representamen y el objeto). Sobre ambas se ha escrito mucho. No es mi intención aquí aportar una visión alternativa ni innovadora, sino simplemente repasarlas porque se trata de aspectos que tienen consecuencias en la reflexión posterior.

Recordemos que Peirce define al signo de esta manera:

Un signo o representamen, es algo que, para alguien, representa o se refiere a algo en algún aspecto o carácter. Se dirige a alguien, esto es, crea en la mente de esa persona un signo equivalente, o tal vez, un signo más desarrollado. Este signo creado es lo que yo llamo el interpretante del primer signo. El signo está por algo, su objeto. Está por ese objeto no en todos los aspectos, sino por referencia a un tipo de idea a la que he llamado algunas veces el ground del representamen. (Peirce, 1974, p. 2.228)

Ya en esta definición aparecen los dos problemas mencionados: el antropomorfismo semántico (“para alguien”, “crea en la mente de esa persona”) y el estatus derivado del Interpretante (en tanto es *creado* por otro signo).

Respecto a la primera cuestión, el propio Peirce dejó en claro, en una de sus cartas a Lady Welby, que su ambigüedad semántica era un deliberado gesto concesivo:

Defino al Signo como algo que es determinado en su calidad de tal por otra cosa, llamada su Objeto, de modo tal que determina un efecto sobre una persona, efecto que llamo su Interpretante; vale decir que este último es determinado por el signo, en forma mediata. Mi inserción del giro 'sobre una persona' es una suerte de dádiva para el Cancerbero, porque he perdido las esperanzas de que se entienda mi concepción más amplia de la cuestión. (Carta a Lady Welby, 12 de octubre de 1904; Peirce, 1974, p.89)

Sin embargo, tanto en esta segunda cita como en la primera, vuelve a repetirse la explicación que coloca al Interpretante como siendo producido o determinado por el *representamen*. Aquí hay un problema en dos niveles. El primero, *ontológico*, que debe reflexionarse en relación a la teoría de las categorías de Peirce, y que refiere a las discusiones acerca de lo "existente" (el orden de la segundidad) y "lo real" (el orden de la terceridad); el segundo, *empírico*, que atañe a la semiótica, a la producción de signos y a la función del Interpretante en situaciones de comunicación singulares.

Respecto del nivel ontológico, Verón sostiene, en el capítulo 3 de *La semiosis social*, que:

Si se puede decir del objeto que es determinante es porque el objeto mismo es ya un tercero. Ello es evidente, porque cuando se habla, en la semiótica, de un primero, un segundo y de un tercero, se designan de ese modo aspectos de la Terceridad. Dicho de otro modo, el primero, el segundo y el tercero ya son, naturalmente, los tres, terceros. (Verón, 2004, p. 115)

Si se puede decir de un objeto que determina un signo es porque el objeto mismo, como el *representamen* y el *interpretante* es un signo. De modo que no hay relación signica, instancia de comunicación interpersonal o colectiva, que no esté simbólicamente estructurada (lo cual, por otra parte, quiere decir ni más ni menos que está regulada por interpretantes).

Respecto del nivel empírico, propiamente semiótico, el propio Peirce, en su presentación de la segunda tricotomía (la que refiere a la relación del signo con su objeto), aclara un poco más el tema: un símbolo, explica,

Es un signo que se refiere al objeto que denota en virtud de una ley, usualmente una asociación de ideas generales que operan de modo tal que son la causa de que el Símbolo se interprete como referido a dicho objeto. En consecuencia, el Símbolo es, en sí mismo, un tipo general, o ley, esto es, un Legisigno. (Peirce, 1974, p. 5.249)

Hago mención a este pasaje porque me interesa subrayar el aspecto central que concierne, a mi entender, a los Interpretantes, que es el de oficiar como reguladores en las relaciones de producción de sentido. Esto, claro, introduce otro inconveniente, a propósito del estatuto de esas regulaciones (su fuerza constrictiva, su capacidad normativa, etc.). En cualquier caso, lo que sabemos es que estamos en el orden de lo simbólico, de la terceridad, y que lo propio de lo simbólico en Peirce parece ser dar forma, gobernar o modelar los comportamientos y los actos. Y como la terceridad es el orden de la ley –dicho en un lenguaje que no es el de Peirce, el de las regulaciones sociales, más allá de su grado de codificación– el Interpretante introduce un elemento que podemos llamar “sociológico”, en dos sentidos concurrentes:

1. afecta relaciones inter-individuales (no depende de la interpretación de los individuos, es transubjetivo);
2. por lo tanto, las antecede y mantiene con las situaciones singulares una relación de semicausalidad.

El modelo de signo de Peirce, a diferencia del saussureano, no sólo es translingüístico (Verón, 2004, p. 110) sino que es *escalable*: por su propia estructura lógica, pero también por su epistemología de base, permite reducir analíticamente fenómenos complejos (en términos de su composición fáctica y de su magnitud) manteniendo el esquema mínimo de base (repre-

sentamen, objeto, interpretante). Si aceptamos que todos los órdenes significantes de la vida social pueden ser reducidos a ese funcionamiento semiótico básico, puede verse que hay órdenes en los que esa relación de regulación es muy transparente, muy simple de aprehender. Un código de tránsito –o cualquier otra legislación– es un interpretante. Antecede a los comportamientos que luego quedarán comprendidos por sus reglamentaciones, permite darles una intelección y establece una pauta de comportamiento futuro. Pero también la disposición de los lugares en un aula es un interpretante, no codificado en este caso: el emplazamiento de *un* lugar destinado al docente y de *muchos* destinados a los estudiantes anuncia el sentido de una relación, precede al ingreso de los individuos al aula, los ordena, aunque no determina el tipo específico de vínculo que, dentro de esos límites, pueden establecerse.

Por el contrario, hay otros casos en los que, incluso habiendo una regularidad en la producción de un comportamiento y en su intelección, e incluso siendo posible establecer que ese comportamiento se mantendrá estable en el futuro, las relaciones de regulación son más opacas y los vínculos de causalidad más difíciles de establecer. Uno de esos ejemplos es el de las regularidades discursivas que se detectan en los intercambios colectivos mediatizados en los que el polo de la producción es ocupado por una institución y en el de la destinación por un colectivo, sea un periódico, una emisión de radio, un *podcast*, una revista, un programa de televisión. En el próximo apartado voy a volver sobre este fenómeno, pero antes quiero dar algunas precisiones sobre el tipo de “regulación” que, a mi entender, corresponde a los Interpretantes.

Para aclarar este punto voy a retomar una serie de reflexiones propuestas por Louis Quéré, uno de los sociólogos que más y mejor ha adaptado la semiótica de Peirce a sus estudios sobre las instituciones, típico caso de un problema dominado por las relaciones entre ausencia y presencia, entre reglas y recursos que informan comportamientos, pero cuya materialidad y ob-

servabilidad sólo es mediada: es la recurrencia en el funcionamiento de los mecanismos lo que define la existencia de una “institución” y no los complejos materiales que son su relevo. Es decir, de un problema que es del orden de la Terceridad.

Un primer movimiento de Quéré consiste en hablar de “mediaciones” o “reglas” en lugar de “ley” (que es, para Peirce, el ejemplo paradigmático de la Terceridad). Una regla, explica, no es una regla sino cuando ella está viva; y ella no vive sino en los comportamientos y las prácticas; cuando hablamos de reglas explicitamos algo que existe ya implícitamente en esos comportamientos.

Cuando Quéré (2015) habla de Terceros como “mediaciones”, explica que esto quiere decir que “ellos religan las cosas de una manera particular, no por causalidad eficiente sino por ‘la fuerza dulce’ de la causalidad final, que implica una cualidad ‘mental’” (pp. 5-6). Una “mediación” no es una fuerza compulsiva, sino flexible: “lo general de los Terceros es una regla, pero una regla cuyo carácter no-rígido, indeterminado, es decisivo” (p.6). Las mediaciones no existen a la manera de objetos o de personas, pues ellas no son existentes individualizados. Ellas son generales y condicionales, y gobiernan a los segundos. Sin embargo, las mediaciones operan en la existencia. Ellas le dan una estructura, un orden de composición, derechos y obligaciones ligados a roles. Ellas aseguran, también, su inteligibilidad.

Quisiera retener, de lo dicho por Quéré, la idea de que las mediaciones “religan”, pero no bajo la lógica de una causalidad eficiente sino investidas, incorporadas, en los comportamientos, para darles inteligibilidad, pues es allí, en la re-ligación estabilizada de dos instancias por definición separadas, re-ligación que no es un problema técnico sino de construcción de un vínculo comunicacional, donde se sitúa el problema de base de toda mediatización, y es precisamente a propósito de ese problema que Verón introduce la noción operativa de Interpretante.

3. Mediatización: los interpretantes como “operadores de colectivización”

Los desarrollos recientes de la teoría de la mediatización nos han permitido desacoplar lo que, durante mucho tiempo, permaneció superpuesto y mal definido: la mediatización es irreductible a *los medios de comunicación*.

En términos estructurales, la mediatización afecta las condiciones productivas del sentido allí donde éstas implican una ruptura de escala espacio-temporal por la presencia de dispositivos tecnológicos de comunicación; y refiere, a su vez, a la articulación entre la producción y el reconocimiento (Verón, 2004) por la puesta en circulación de discursos –de imágenes, palabras, cuerpos, sonidos– por encima de los horizontes circunscriptos de relaciones interpersonales y de espacios de co-presencia.

Por lo tanto, la mediatización no es “el gobierno de las lógicas mediáticas”, sino un proceso histórico en el que se asientan principios organizativos a partir del desarrollo e institucionalización de tecnologías y dispositivos mediáticos que transforman las esferas de la vida social, al introducir en los intercambios comunicativos la posibilidad de producir discursos dotados de autonomía (respecto de sus productores o consumidores) y persistencia (en el tiempo).

De modo que estamos ante problemáticas del orden de la mediatización cuando la introducción de un dispositivo tecnológico en los vínculos interpersonales produce, en grados variables, situaciones marcadas por un desfase entre el espacio, el tiempo y la inter-subjetividad (Cingolani, 2014) y cuando indagamos en las maneras en que los actores (individuales, colectivos, más o menos institucionalizados) se las arreglan para lidiar con esa triple ruptura. Es claro que el tipo de efectos de ruptura de escala que se produce en un intercambio entre dos personas que se comunican a través de Whatsapp no es el mismo que se presenta a una organización (se trate

de una empresa que vende un producto, de un presidente que debe comunicar algo a los ciudadanos del país que gobierna o de un medio de comunicación) que debe vincularse con Otro que no es un individuo sino un colectivo:

*La comunicación propiamente mediática implica la construcción, en producción, de un destinatario que es un colectivo y no un individuo. A esta característica (...) de la comunicación mediática, aludía históricamente (y torpemente) la idea de **masas** (...) Ya se trate de un libro destinado a publicación o de una columna para un diario, el autor está sometido a la condición según la cual **el fantasma de su destinatario no es un individuo** (Verón, 2002, p. 139).*

En efecto, la mediatización instaaura dos condiciones de producción comunes a todos los discursos que buscan intervenir en el orden de lo público, sea en los medios o utilizando dispositivos tecnológicos de comunicación mediática:

- *la imprevisibilidad de los efectos* (que replica, en la escala colectiva, la no linealidad de la circulación del sentido postulada por la teoría de los discursos sociales como propiedad de toda interacción comunicativa);
- *y la exigencia consecuente de poner en circulación puntos de vista generalizables* (Luhmann, 2000), es decir, sostenibles públicamente, que se enfrentan a la imposibilidad de controlar el acceso a su discurso y deben lidiar, en cambio, con el “fantasma” de un destinatario colectivo (Verón, 2001; Servais, 2013).

¿Cómo resuelven los actores sociales cuya actividad se despliega necesariamente en el espacio público los problemas que plantean esas dos condiciones estructurales? En algún momento de la década de 1980, Eliseo Verón postuló la existencia de una “semiótica operativa” como “ciencia social” cuyo objeto era “la circulación de discursos en el seno de las sociedades industriales”. Esta semiótica debía entonces trabajar modelizando contextos de la comunicación y de las represen-

taciones que estructuraban la percepción y consumo de discursos en los receptores.

*[T]odo acto de discurso, en el seno de los medios de comunicación de masas, construye un enunciador y un destinatario, y propone un vínculo entre ambos. Este vínculo sólo puede elaborarse articulando las instancias de la enunciación a entidades imaginarias que yo llamo colectivos: ya se trate del colectivo de los que prefieren el café X o el slip, o del colectivo de los lectores de tal o cual revista, o del colectivo de los partidarios de tal o cual candidato, estas entidades se posicionan necesariamente respecto de las entidades globales que definen el imaginario de la democracia: el país, la nación, la familia, el Estado, las instituciones, los ciudadanos. Toda comunicación interpela al individuo como 'nudo' de pertenencias. **Todo acto de discurso mediático propone una modelización de las identidades sociales** (Verón, 1989, p. 139, destacado en el original).*

Este párrafo contiene una serie de afirmaciones teóricas encaenadas que conviene separar.

En primer lugar, se presenta una situación *vincular* de dos niveles. El primero es un nivel fáctico: de un lado, las instituciones de medios; del otro, un público, cuya presencia es una dimensión pertinente para la actividad mediática. El segundo es un nivel discursivo: los medios deben construir, en su discurso, dos figuras, la del enunciador y la del destinatario y deben proponer un vínculo entre ambos.

Luego, ese vínculo de segundo orden (que, como se ve, es un vínculo producido *en el discurso*) no se hace de cualquier manera, sino por asociación a "entidades imaginarias" que Verón llama *colectivos*. Que sean "imaginarias" no significa que sean el producto de una invención incondicionada, de un juego de suposiciones, sino que, como entidades pasibles de ser nombradas y dotadas de un poder de referencialidad, sólo pueden existir en el orden de la discursividad y no como sujetos colectivos con capacidad de agencia en un nivel no significativo.

Dicho de otra manera, en tanto “imaginarias” esas entidades colectivas son irreductibles a variables socio-demográficas, no pueden ser reconstruidas por medio de estadísticas, no pueden ser detectadas por un censo.

Pero esas esas entidades, por su parte, “se posicionan” respecto a otras, que debemos suponer más amplias, pre-existentes, y que ordenan otro imaginario, el del *público* como gran colectivo genérico caracterizado, en principio, sólo por estar *del otro lado de los medios*; *el público*, concebido como habitante de un espacio, *simbólicamente delimitado* y territorialmente anclado en escalas variables (el hogar, el vecindario, la ciudad, la nación, el mundo).

Como se ve, en su forma más simple, el problema de fondo del programa de investigación de la semiótica operativa era –y sigue siendo, cada vez más– el vínculo entre las instancias de producción y reconocimiento en condiciones de mediatización. Pero sobre ese problema de base se añade otro, que deriva del estatuto de los actores que, circunstancialmente, encarnan esos dos lugares. En el caso de los medios de comunicación “de masas” –que puede extenderse a cualquier enunciador inserto en una superficie mediatizada, como por ejemplo una plataforma digital del tipo SNS– el problema es que, en reconocimiento, *siempre hay un colectivo*, y por lo tanto su producción discursiva está necesariamente regulada² por la necesidad de modelizar a ese *otro generalizado*.³

2. Está claro que estoy hablando de una regulación de grado cero, establecida por las condiciones de producción de la propia mediatización. En el caso de los medios, sería necesario ir agregando regulaciones de segundo orden, como por ejemplo las que impone la competencia en un mercado de consumidores, que por su parte sobre-impone otros atributos a los interpretantes mediáticos.

3. Tomo deliberadamente la figura del “otro generalizado”, desarrollada por George H. Mead, pues, como lo señaló alguna vez Verón (1994), es hija dilecta del Interpretante peirceano: “En suma, para Peirce el sujeto sólo existe inmerso en el tejido infinito de la ‘semiosis social’. El conocimiento (en el sentido amplio que acabo de recordar), dimensión esencial de la construcción de la identidad individual, se efectúa, de manera indefinida,

Modelizar quiere decir: dotar de forma a partir de una hipótesis (en un sentido lato: una presunción anticipada, más allá de la sofisticación con que haya sido elaborada) de los atributos que conforman a ese *Otro generalizado*. Modelizar también quiere decir: que la producción discursiva de esa institución –cada acto de discurso– estará regulada por ese modelo. Y un modelo es, en este contexto, un “operador de colectivización” (Genard, 2017, p. 3), en tanto permite otorgar consistencia a entidades cuyo estatuto es del orden de la Terceridad (abstractas, no son existentes, pero son reales). Habría que agregar que no se trata sólo de darle consistencia a esas entidades y sus relaciones, sino de fundar una “operatividad” de las prácticas discursivas (ofrecer reglas para producir un discurso en el futuro). Podemos decir, entonces, que modelo quiere decir *Interpretante*.

Permítaseme introducir un breve ejemplo para mostrar el juego de condicionamientos institucionales que subtienden al establecimiento de interpretantes tal y como los entendemos. En un pasaje del segundo tomo de su historia del diario *Clarín*, Martín Sivak (2015) relata ese momento en el que un medio decide cómo encarnar a ese *Tercero*:

A mediados de la década de 1980 Guareschi [Roberto, editor general del diario entre 1990 y 2003] había usado la palabra “gente” en un título por primera vez, para presentar una encuesta de percepción de prestigio y poder. En el mundo práctico del periodismo, gente ofrecía la ventaja de su brevedad. Fungió en reemplazo de los argentinos o la sociedad; además, el término

dentro de la semiosis infinita. Los interpretantes que definen los cuadros colectivos y la singularidad del actor social son las dos caras de la misma moneda (en este sentido, recordémoslo, Herbert Mead fue uno de los grandes herederos de Peirce)” (p.22). Para Mead (1954) “Es en la forma del otro generalizado que los procesos sociales influyen en la conducta de los individuos involucrados en ellos y que los llevan a cabo, es decir, que es en esa forma que la comunidad ejerce su control sobre el comportamiento de los miembros individuales: porque de esa manera el proceso o comunidad social entra, como factor determinante, en el pensamiento del individuo” (p.138)

“pueblo” –que, en la percepción del editor, ya no pertenecía al peronismo- tampoco había sido frecuente en los títulos del diario. La redacción incorporó la palabra: “Esto le importa a la gente”, se impuso, por momentos, como imperativo. Los redactores debían pensar en la gente: representarla, mencionarla, darle entidad. (Sivak, 2015, pp.179-180)

La *gente*: que la resolución discursiva sea banal, no significa que no sea el signo de una racionalidad política *fundada en un condicionamiento sociológico*.

Internamente, Margetto se aferró a otra palabra de ese tiempo: el multitarget. Los estudios de mercado destacaban la diversidad social del lectorado del matutino. Un estudio de la empresa comparó la estratificación en 1996 y en 2002. En 1996, el alto y medio llegaba al 45%, contra el 50% del bajo y 5% del marginal. En 2002, poscrisis de diciembre de 2001, el alto y medio bajaron a 30%, el bajo se mantuvo inalterable y el marginal subió a 30%. En términos absolutos, tenía más lectores en el segmento ABC1 que La Nación, más lectores populares que Crónica y descollaba entre la clase media (Sivak, 2015, p.180).

Esta amplitud de segmentos de lectores le planteaba al diario una serie de desafíos. En la entrevista que le concede a Sivak, Guareschi explica que “debía ser un diario multitarget, apoyado en la clase media, pero sin perder llegada a los sectores más altos. Si no cambiábamos corríamos el peligro de perder lectores en todo el espectro socio-económico” (Sivak, 2015, p. 181).⁴

4. Esta versión debería contrastarse con la que presenta Gabriel Vommaro (2008) cuando analiza las razones estratégicas que llevaron al diario Clarín, en la década del `80, a sistematizar su rol de vocero de una porción de la ciudadanía: “El público aparecía así como la fuente principal de la legitimación de las transparencia mediática, pero en este caso no se trataba sólo de las `audiencias`, sino también de un público constituido como ciudadanos `independientes` cuyo derecho a la información objetiva y cuya expresión podían ser garantizados por las empresas mediáticas” (p.137). Para Vommaro (2008, p.138) el diario desarrolló este perfil como estrategia de presión sobre el gobierno de Alfonsín (y luego de Menem) para que se habilitara la privatización de Canal 13.

Vuelvo a Verón. Para él, las nociones de *Interpretante* y *colectivo* “trabajan” juntas. En un texto preparado para un Congreso en el año 2001 este ensamble aparece claramente como “respuesta” pertinente para estudiar la articulación problemática entre producción y reconocimiento en el marco de intercambios discursivos mediatizados. Los interpretantes “operan” tanto en producción como en reconocimiento. En un caso, ordenan (como suerte de reguladores) el horizonte de la destinación; en el otro, ordenan la inserción (que puede ser una identificación) de los individuos en colectivos:

Podemos conceptualizar a los interpretantes como entidades semióticas abstractas, compuestas de lo que podemos llamar colectivos. Un colectivo es una entidad semiótica que implica la identificación y la categorización de una pluralidad de actores, y determina conjuntos de reglas operatorias (de producción o de interpretación) que el observador deberá reconstruir. El desfase entre los polos de la producción y el reconocimiento se expresa en la relación problemática entre nuestros (I) y nuestros (O) en el esquema de la unidad mínima de la producción de sentido. En todo proceso de comunicación hay, tanto en producción como en reconocimiento, un entrelazamiento de colectivos. De donde viene el interés por distinguir entre interpretante y colectivo: un interpretante es un conjunto de colectivos articulados de una manera específica” (Verón, 2001, p.3, resaltado nuestro).

Colectivos e interpretantes, para Verón, comparten una materialidad y un estatuto ontológico: su materialidad es discursiva; ya lo dijimos, no son entidades insertas en una topografía social, aunque el trabajo de configuración (de atribución de cualidades, de identificación, de clasificación) siempre depende de un saber “sociológico”; y su estatuto es del orden de la Terceridad, es decir, como bien lo explicó Quéré (2006) a propósito de la figura del “público”:

Podríamos decir, en sentido peirceano, que el hecho de que el público no exista como un individuo colectivo concreto, o un hecho positivo, no significa que no sea real: él puede pertenecer a la

categoría de la terceridad, en el cual figuran las cosas genéricas, o las formas, tales como la ley, la regla, la intención, los hábitos y la significación, que son reales pero no existen bajo una forma individual –son reales en tanto se incorporan en las prácticas y los usos para darles forma y orientarlos. (Quéré, 2006, p.114)

Pero si *colectivos* e *interpretantes* trabajan juntos, no lo hacen de cualquier manera; hay entre ellos una relación que podemos llamar de *subsunción*. Si los colectivos son entidades que implican categorización e identificación de una pluralidad de actores, los Interpretantes pre-existen a los colectivos y regulan el modo en que se los concibe, se los interpreta, se los asocia, se les aplican explicaciones causales. Por ejemplo, podríamos pensar que “machismo” o “patriarcado” son Interpretantes, en el sentido de que permiten remitir (causalmente) comportamientos singulares (Segundos) a tipos generales que agrupan individuos.

4. Interpretantes: estrategias enunciativas para vínculos de comunicación estables

Nunca está de más recordar esta afirmación de Verón sobre la obra de Peirce, entre otras razones porque es un principio analítico que distingue su propia semiótica:

El pensamiento de Peirce es un pensamiento analítico disfrazado de taxonomía. No se trata, pese a las apariencias, de ir a buscar instancias que correspondan a cada uno de los “tipos” de signos. Cada clase define, no un “tipo” sino un modo de funcionamiento. Todo sistema significativo concreto (digamos, por caso, el lenguaje) es una composición compleja de las tres dimensiones distinguidas por Peirce (en lo tocante a la cualidad, el hecho, la ley) (Verón, 2004, p. 111, resaltado en el original).

El orden de lo simbólico, en Peirce, está *siempre* regulado por *interpretantes*. O mejor dicho; *simbólico* quiere decir precisa-

mente eso⁵: es todo orden de la experiencia *regulado* (y por lo tanto *significante*). Y subrayemos nuevamente: *regulación no quiere decir codificación*. Si la “ley” es el caso paradigmático del “Interpretante” es porque permite explicar las propiedades formales de toda relación simbólica; como lo dijo Peirce: “Un Símbolo es una ley, o una regularidad del futuro indefinido”. Todo orden de la experiencia relativamente estructurado, estabilizado, en el que la asociación entre una acción y su sentido antecede a una ocurrencia singular, y puede ser anticipada y reproducida, implica la presencia de un interpretante.

Esta aclaración es importante porque permite delimitar mejor el problema de los interpretantes en las comunicaciones mediatizadas y entender por qué, en estos casos, es indisoluble de la noción de “colectivo”. Cuando nos situamos en el orden de las comunicaciones colectivas mediatizadas el problema semiótico de base es el de la estabilización de los vínculos de destinación y por lo tanto el de la configuración de los dispositivos de enunciación.

En la obra publicada de Verón, el trabajo en el que de manera más clara y frontal ha abordado este tema es el artículo “El fin de la historia de un mueble” (2009), revisado y vuelto a publicar más tarde como capítulo 19 de *La Semiosis II* (“¿Seguimos en contacto?”), en el que esboza una “historia de los interpretantes” del discurso televisivo “de gran público”. El texto se abre con una discusión con otros autores a propósito de la evolución del régimen semiótico del discurso televisivo que yo no voy a reconstruir aquí. Sí me interesa recuperar un precepto

5. Por eso, lo “simbólico” en la semiótica de Peirce es algo diferente de los usos sociológicos (más o menos pre-teóricos) que lo definen por contraste con la materialidad (por ejemplo, cuando se habla de “violencia simbólica”), entre otras razones porque en Peirce esa contraposición es imposible. Simbólico es el orden de intelección que permite asociar un acto a una explicación causal (por ley o por hábitos consuetudinarios). Por ejemplo: un insulto sin golpe no es violencia simbólica por la ausencia de golpe; lo simbólico es el conjunto de reglas que nos lleva producir esta equivalencia: “insulto” = “violencia”.

analítico que sostiene el planteo y luego glosar brevemente la descripción que hace Verón (2009):

Todo producto mediático que sea algo más que una aparición súbita y fugaz, reposa sobre un contrato (implícito, no formalizado), que expresa la articulación, más o menos estable, entre oferta y demanda. Por otro lado, si uno echa mano a alguna noción próxima al concepto de Interpretante, se trata de un componente estructural de todo vínculo; no es algo que a veces pueda estar presente y a veces no. (Verón, 2009, p. 236)

Este precepto vale para cualquier producto mediático. En el caso de la historia de la televisión Verón establece un ordenamiento en tres etapas. De esa periodización no puede decirse que sea exhaustiva, probablemente no pretenda serlo. La diferencia en los modelos de gestión de la televisión en diferentes países y regiones impiden una equiparación absoluta. De todas formas, al menos en el marco de este breve texto, me interesa menos discutir un criterio historiográfico que reconstruir el modo en que se aplica un concepto analítico.

- La primera etapa se recorta, a grandes rasgos entre los años 50 y los años 70, el régimen semiótico de la televisión se caracteriza porque su interpretante fundamental “fue el *contexto socio-institucional extratelevisivo*” (Verón, 2009, p.237) al que correspondía un contrato de comunicación “predominantemente pedagógico complementario”. Verón aclara que “el *interpretante central era el Estado-Nación*, en un sentido a la vez político y cultural” y dice luego que a ese interpretante *en producción* “corresponde un interpretante-ciudadano en recepción” (p. 237).
- La segunda fase, que comienza a fines de la década del 70 e inicios de los `80, es aquella donde (...) “la televisión misma se convierte en la institución interpretante. (...) Las formas del discurso se corresponden con esta transformación en el plano del interpretante: interiorización

del espacio de los noticiarios, emergencia de los programas de juego y de los “talk-shows” (p. 238).

Finalmente, el pasaje al tercer milenio comporta el esbozo de una tercera etapa en la historia de la televisión “de masas”. Desde el punto de vista de las estrategias enunciativas (es decir, desde el punto de vista de la producción) “el interpretante que se instala progresivamente como dominante es *una configuración compleja de colectivos definidos como exteriores a la institución televisión y atribuidos al mundo individual, no mediaticizado, del destinatario*” (p. 239). A esta etapa corresponde la explosión global de los reality-shows.

De esta breve esquematización quiero recuperar una serie de enseñanzas:

- El análisis semiótico comienza en “productos” pero “apunta a procesos” (Verón, 2004). El signo (en sentido peirceano) de cada etapa es la incorporación al discurso televisivo de nuevos programas, cuya replicación y continuidad en el tiempo indican la estabilización de cierto “contrato”, de un imaginario sobre los destinatarios;
- teóricamente, los interpretantes anteceden y regulan la producción discursiva, pero metodológicamente solo pueden ser reconstruidos a partir de la detección de invariantes en los dispositivos de enunciación;
- como los interpretantes son modelizaciones de colectivos, en análisis que corresponde es de tipo enunciativo: hay que reconstruir las estrategias de configuración de los destinatarios en el discurso de los productores de discursos mediáticos;
- ese análisis semiótico en ningún caso es auto-suficiente; como puede verse en las tres etapas, en la configuración de dispositivos de enunciación se entremezclan procesos que conciernen a la “oferta”, por un lado, y a la “demanda” de productos mediáticos, y que tanto atañen a transformaciones en el mundo del trabajo, en el campo políti-

co, en los hábitos de consumo cultural y uso del tiempo libre, a la sofisticación de los análisis de las organizaciones mediáticas sobre sus entornos, etc.

- Los interpretantes del discurso televisivo no se reemplazan unos a otros; antes bien se agregan, se superponen, conviven.

Luego de exponer su periodización Verón presenta un diagnóstico de los procesos concurrentes y concomitantes que condicionan la evolución contemporánea del mercado de medios –convergencia tecnológica, desprogramación del consumo, diversificación del discurso audiovisual en otras plataformas, multiplicación de los imaginarios en recepción. Más allá las apuestas prospectivas que allí Verón ofrece, es importante retener la idea de que esa divergencia creciente que se manifiesta en el polo de la recepción confirma la importancia teórica y analítica de la distinción entre producción y reconocimiento (2009, p. 240).

5. Destinación colectiva en la era de los algoritmos individualizantes

El objetivo de este ensayo fue clarificar el uso del concepto de Interpretante en la obra de Eliseo Verón. Esto implicó, necesariamente, repasar el enlace de la teoría de los discursos sociales y la semiótica de Charles Peirce. Sin embargo, como dije al inicio del texto, en ningún caso pretendí que esta contribución se limitara a un ejercicio hermenéutico novedoso. Por el contrario, si alguna utilidad pudiera tener la reflexión que desarrollé es la de contribuir a un programa de investigación de vocación empírica; si se me permite, a una semiótica operativa interesada por entender las continuidades y rupturas entre los fenómenos de mediatización a los cuáles estuvo dedicada la obra de Verón y aquellos con los que nos toca convivir a nosotros.

Continuidades y rupturas. O quizás deslizamientos, con las pérdidas y los arrastres que eso implica. 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. Si la distinción entre producción y reconocimiento sigue siendo el principio teórico de base del análisis semiótico de la mediatización, está claro que el desafío para el análisis empírico de problemáticas contemporáneas reside, en primer lugar, en caracterizar las transformaciones que se registran en ambos polos, y luego, en comprender los vínculos que se establecen entre ellos.

Por lo pronto, podemos estar seguros de que si estamos en la era de lo “post-masivo”, eso no quiere decir que se haya disuelto la destinación colectiva. Por el contrario, todas las plataformas de tipo *Social Network Sites* (Facebook, Twitter, YouTube y tantas otras) están montadas sobre la lógica de lo público, es decir, precisamente, de la destinación colectiva como horizonte posible de la producción de discursos. Incluso con la posibilidad abierta por la vigilancia algorítmica de los usuarios, de observar con mucha precisión la composición y el comportamiento del público, de delimitar los movimientos digitales individuales, el problema de cómo modelizar a ese otro generalizado persiste, porque la mediatización del espacio público no puede dejar de ser lo que ha sido: una forma más de producción de vínculos colectivos.

Referencias

Cingolani, G. (2014): ¿Qué se transforma cuando hay mediatización? En F. Rovetto y C. Reviglio (comps.), *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones*, pp. 11-23. Rosario: UNR Editora.

Genard, J.L (2017) La consistance des êtres collectifs. Contribuer avec Peirce à une sociologie de l'engagement. *SociologieS, Dossier: La con-*

sistance des êtres collectifs. Mode(s) d'existence, dilemmes ontologiques et politiques. Recuperado de <http://journals.openedition.org/sociologies/6545>

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

Quéré, L. (2006). Entre fait et sens, la dualité de l'événement. *Réseaux*, (139), 183-218.

Quéré, L. (2015). Comprendre les institutions: la nécessité d'un pluralisme catégoriel. *Occasional Paper* n°24. Institut Marcel Mauss-CEMS.

Peirce, Ch. S. (1974). *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Servais C. (2013). Énonciation journalistique et espace public. Une hégémonie pleine de voix? *Communication*, 32(2). Recuperado de <https://journals.openedition.org/communication/5058>.

Verón, E. (2004) [1988]. *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.

Verón, E. (1994). Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia. *Semiósfera*, 2, 5-36.

Verón, E. (1989). Semiótica y teoría de la democracia. *Revista de Occidente*, (92), 131-142.

Verón, E. (2001). Los públicos entre producción y recepción: problemas para una teoría del reconocimiento. *In Mediaciones de la comunicación*, 14(1), 163-179. Recuperado de <https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/article/view/2891/0>

Verón, E. (2002). Destinatarios. En *Efectos de Agenda*, pp. Buenos Aires: Gedisa.

Verón, E. (2009). El fin de la historia de un mueble. En M. Carlón y C. Scolari (eds.), *El fin de los medios de masas: el comienzo de un debate*, pp. . Buenos Aires: La Crujía.

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

Zonas de la mediatización universitaria: un acercamiento impresionista al problema de las plataformas digitales, el conocimiento y la educación en la universidad

*Áreas de midiatização
universitária: uma abordagem
impressionista ao problema
das plataformas digitais,
conhecimento e educação na
universidade*

Ma. Cecilia Reviglio

CIM - Fac. de Ca Política y RR.II. - CIUNR

maria.reviglio@fcpolit.unr.edu.ar

Resumen

En el marco de un proyecto de investigación que se pregunta por el proceso de mediatización en el caso singular de las cátedras universitarias, qué tipo de interfaces se utilizan y qué modalidades de interacción se efectivizan en esos contextos de intercambio, este trabajo se propone presentar unas primeras aproximaciones al problema a investigar en relación con los aportes previos, algunos primeros casos y el esbozo de ciertas hipótesis iniciales.

Si bien el objetivo más amplio busca construir conocimiento respecto de los cambios que las tecnologías estarían produciendo en los modos de conocer en la educación superior, este primer trabajo busca acercarse de manera impresionista al problema a partir de relevar la manera en que los portales de las facultades presentan a sus cátedras con el fin de trazar algunas primeras reflexiones que permitan avanzar en el trabajo.

Palabras clave:

mediatización, educación, tecnología educativa, universidad

Resumo

No âmbito de um projeto de pesquisa que questiona sobre o processo de mediatização no caso singular de cadeiras universitárias, que tipo de interfaces são usadas e quais modalidades de interação são realizadas nesses contextos de intercâmbio, este artigo propõe apresentar algumas primeiras abordagens ao problema a investigar em relação às contribuições anteriores, alguns primeiros casos e o esboço de certas hipóteses iniciais.

Embora o objetivo mais amplo busque construir conhecimento sobre as mudanças que as tecnologias

estariam produzindo para conhecer o ensino superior, este primeiro trabalho procura abordar o problema de maneira impressionista, aliviando a maneira como os portais da As faculdades apresentam suas cadeiras para desenhar algumas primeiras reflexões que permitem o progresso do trabalho.

Palavras-chave

mediatização, educação, tecnologia educacional, universidade

Introducción

La actual sociedad pos-mass-mediaticada —tal como fue caracterizada por Eliseo Verón (2011)—, en la que se han consolidado los nuevos medios como ambiente social que atraviesa y condiciona las formas de socialización y subjetivación, exige un análisis minucioso respecto de su incidencia en las diferentes esferas sociales, a las que transforma en su cotidianidad. Entre estas esferas, la educativa sufre modificaciones importantes que alteran en forma radical los modos de transmisión de la cultura letrada. En este sentido, el fenómeno de pos-massmediaticación convive con formas institucionales muy arraigadas y consolidadas por fuera del espacio virtual. La experiencia universitaria es un claro ejemplo de ello. Por un lado, persisten las prácticas educativas más antiguas, herederas de la tradición escolástica mientras que por otro, y paralelamente, las cátedras configuran espacios de emergencia y vinculación entre sus estudiantes en diferentes plataformas tecnológicas con diversos grados de interactividad y complejidad y variadas formas de articulación entre aquello que sucede en el espacio del aula y el espacio virtual. Desde plataformas originalmente diseñadas en clave educativa hasta la adaptación de otras, cuya concepción estaba alejada de fines pedagógicos pero que se mostraron amigables en interacciones de este tipo —como por ejemplo, las redes sociales en Internet—, las posibilidades son múltiples y los resultados, todavía poco sistematizados.

Cabe aclarar que este trabajo se inscribe en un proyecto más amplio que busca analizar las estrategias de mediaticación de la educación superior de la Universidad Nacional de Rosario, haciendo eje en los espacios de las cátedras y en sus experiencias vinculadas con entornos digitales, tratando de pesquisar allí algunas cuestiones del orden de la interacción.

En este marco, este texto busca pasar revista a algunos trabajos preliminares que abordan el tema amplio de tecnología y educación superior, desde perspectivas diversas, para luego

presentar algunos avances de un trabajo empírico situado en la Universidad Nacional de Rosario (Argentina), y que son los resultados preliminares basados en una primera exploración.

Zonas de estudios sobre tecnología y educación superior

Los estudios referidos al uso de TIC en ámbitos de la educación superior comenzaron indagando cuestiones referidas a las potencialidades de estas herramientas para las experiencias de *educación a distancia* (Peters, 1998; Mc Anally y Armijo, 2001; Margarit, 2002; Sánchez, 2002; Copertari *et al.*, 2009). Sin embargo, actualmente, esas herramientas no son sólo ni principalmente utilizadas con este objetivo, sino que se observa la incorporación de diferentes tecnologías al cursado presencial de las materias, en diferentes grados y con distintos resultados.

En este sentido, en una indagación sobre los estudios más generales respecto de tecnologías y educación superior, podemos delinear tres áreas en las que se inscriben —exceptuando esa cuarta área que estaría relacionada con las estrategias de la educación a distancia que venimos de mencionar—: la que se enfoca en los docentes; la que se circunscribe a los estudiantes y la que busca dar cuenta de rasgos de orden más institucional.

Los trabajos que se inscriben en la primera de ellas —que aborda las predisposiciones y conocimientos de los docentes en función de la incorporación de estas herramientas (Mena-Young, 2018; Assinato, Mateus y Novomisky, 2018; Rodrigo-Cano, De Casas Moreno y Aguaded, 2018; López de la Madrid, Flores Guerrero, Esponosa de los Montros Cárdenas y Rojo Morlaes, 2017; Cuellar Moreno y Delgado Noguera, 2010; Bosco, 2007; Cabello, 2006)—, en general concluyen que la formación docente al respecto es insuficiente y que eso lleva a incorporar las tecnologías a modelos de enseñanza aprendizaje tradicio-

nales. Es interesante destacar que esos resultados no varían significativamente entre los estudios más lejanos en el tiempo y los más recientes. Asimismo, se encuentran también algunos trabajos que reflexionan acerca de las políticas educativas tanto a nivel estatal como a nivel institucional (Morales, 2007). En ocasiones, se hace referencia a una confusión frecuente entre los modos de enseñar y aprender usando la informática y los modos de enseñar y aprender la informática como disciplina (Levy, 2007).

En el mismo sentido, pero haciendo eje en los estudiantes, la segunda área identificada se delinea en torno de ciertos estudios que intentan rastrear imaginarios, representaciones y prácticas de los estudiantes universitarios respecto de los entornos digitales, en especial vinculados con el aprendizaje. Dentro de este grupo, encontramos tres trabajos que resultan significativos en este marco. Uno de ellos es el estudio de Parra Castrillón (2011) que indaga respecto de los usos académicos y de comunicación que un grupo de estudiantes universitarios colombianos hacía de los recursos disponibles en Internet y llegó a la conclusión de que prefieren los buscadores de Internet a las bibliotecas; los recursos de la web, como el correo electrónico, para recibir y enviar documentos y tareas; y descargar libros y materiales de lectura de la red, antes que su manipulación física, todo lo cual mostraría la alta incidencia de este entorno en sus recorridos académicos. En la misma línea, Gómez, Roses y Farías (2012) realizaron un estudio sobre el uso académico de las redes por parte de los estudiantes. Si bien el consumo de redes sociales es muy alto y la actitud respecto de su uso por parte de los docentes en el marco de las cátedras, favorable; los estudiantes las usan muy poco con fines académicos, y cuando lo hacen, es sobre todo para consultas entre pares o resolución conjunta de trabajos. Por último, una serie de estudios propios (Reviglio, 2012; 2010; 2009) ha indagado en la aceptación y valoración de los estudiantes respecto de las experiencias de incorporación de TIC en la educación universitaria. En estos casos, en general, si bien la

valoración es positiva, suele manifestarse sorpresa por el uso de herramientas vinculadas al ocio en el marco de la educación formal universitaria.

Por otro lado, identificamos una tercera serie de estudios que analiza desafíos y obstáculos a los que se enfrentan las instituciones de educación superior y que en el marco del proyecto en el que este artículo se inscribe es particularmente significativa, dado que hace referencia a una dimensión institucional que es la que aquí se indaga. Por ejemplo, el trabajo de Area Moreira (2005) acerca del estado de situación respecto de las universidades europeas pasa revista a los diversos usos de las tecnologías adoptadas por los centros de estudio del viejo continente, señalando la diferencia entre los usos con fines administrativos y aquellos que refieren específicamente a cuestiones de aprendizaje. En este sentido, concluye que el verdadero reto de estos tiempos está configurado por la necesidad de lograr diseño y desarrollo de webs de calidad pedagógica. En la misma línea, Frau Meigs (2007) evalúa el caso europeo, haciendo eje en las resistencias y expectativas sobre la incorporación de medios y TIC en relación con la *educación para los medios* y repasando los obstáculos actuales. Por su parte, y de este lado del océano Atlántico, Crovi Druetta (2007) refiere los cambios sufridos por las universidades en el siglo XXI, haciendo eje en el caso mexicano.

En este mismo marco, se puede citar un conjunto de trabajos que aborda casos puntuales de uso de diferentes herramientas por parte de las universidades y sus cátedras. Como ejemplos, podemos referir un estudio sobre las herramientas de comunicación en red utilizadas por los profesores de pregrado de la Universidad de Medellín (Arango Vásquez y Vásquez Lopera, 2007) en el que se destaca el carácter intuitivo que de las tecnologías hacen los docentes; o un análisis del proceso de incorporación de TIC en las universidades de la provincia de Buenos Aires —Argentina— que da cuenta de una gran heterogeneidad respecto del modo y el ritmo en que estas in-

corporaciones se van realizando (Cabello y Levy, 2007); o la ya clásica compilación de Piscitelli, Adarme y Binde (2010) acerca del uso del Facebook en la universidad al que define como un

intento de construcción de un entorno colaborativo y abierto de educación, que se ajustara más a las maneras en que entendemos que se produce el conocimiento y menos a una tradición educativa que concibe a los alumnos como destinatarios y no actores de este proceso (Piscitelli, Adarme y Binde, 2010, p. XV).

A este último grupo se suma un estudio reciente sobre la experiencia de mediatización de una cátedra de la Universidad Nacional de Rosario. Se trata de una tesina de grado que pasa revista a la historia de la mediatización de una cátedra universitaria que comienza con el diseño de un CD ROM a partir del cual se podía cursar la materia —dado que contenía bibliografía, textos introductorios a los temas, propuesta de actividades, consignas de trabajos prácticos, etc.—, se continúa con un weblog para finalizar con la incorporación de grupos de Facebook en los cuales observa las características de la interacción que tiene lugar allí (Eckart, 2019).

En este tercer grupo de trabajos es donde se alista y hace pie, el proyecto en el que se inscribe este trabajo.

Algunas precisiones conceptuales

En este trabajo se entienden las propuestas de mediatización de la cátedras universitarias necesariamente, en el marco del fenómeno más amplio de la *pos-mass-mediatización*, como la llamó Verón (2011) —es decir, ese estadio de la mediatización en el que “el receptor no es meramente activo (...) [sino] el operador-programador de su propio consumo multimediático” (p. 39)— o, en palabras de Valdetaro (2007), estadio de *complejización de la mediatización*. Es decir, el proceso de convergencia tecnológica que trae aparejada la desaparición de límites precisos entre los distintos medios de comunicación donde, de todos modos, son las pantallas las que parecen organizar

ese ambiente. En este sentido, las tecnologías funcionan de manera ambiental, organizando marcos perceptivos diversos y matrices de subjetivización y socialización. Cabe aclarar que entendemos por *mediatización* "a todo sistema de intercambio discursivo de vida social que se realiza mediante la presencia de dispositivos técnicos que permiten la modalización espacial, temporal o espacio-temporal del intercambio" (Fernández, 2016, p.76).

Ahora bien, aquí trabajamos con un tipo particular de tecnología, *tecnología educativa*, a la que entendemos, tal como lo hacía Litwin (1995), como el "cuerpo de conocimientos que, basándose en disciplinas científicas referidas a las prácticas de la enseñanza, incorpora todos los medios a su alcance y responde a la consecución de fines en los contextos sociohistóricos que le otorgan significación" (p. 26). Desde esta mirada, la tecnología no refiere solamente a los artefactos sino que su sentido alcanza también lo simbólico, lo conceptual, lo social. Es por ello que aquí se aborda la *tecnología educativa* en tanto *tecnología de comunicación*, configuradora de habilidades cognitivas y organizadora de ambientes culturales (Baggiolini, 2010).

Las interfaces en pantallas de los diversos espacios disciplinares, entonces, serán analizadas en tanto entornos de aprendizaje. La noción de *entorno* o de *ambiente* refiere, precisamente, a esta nueva manera de actuar de los medios, que ya no cumplen una función representativa de la realidad sino que la construyen, formando el ambiente de las sociedades. La noción de *interfaz*, por tanto, se considerará como entorno y espacio de interacción entre el hombre y la computadora. Se trata de un espacio inmaterial, donde los cuerpos están ausentes y en el que "se produce un conocimiento, una adquisición de saber, una incorporación simbólica fruto de una certeza y de una ilusión" (Scolari, 2004, p. 72).

Desde esta concepción, usaremos el término *plataformas de mediatización* para referir a “los complejos sistemas multimodalidad de intercambios discursivos mediatizados que permiten la interacción o, al menos, la copresencia entre diversos sistemas de intercambio (cross, inter, multi o transmedia)” (Fernández, 2016, p.76).

Una aproximación a lo que hay

Dado que este estudio busca, a largo plazo, vislumbrar algo del orden de lo institucional en relación con la apuesta a los entornos virtuales de aprendizaje, este trabajo se propone presentar los resultados de una primera exploración de las páginas web de las doce facultades de la Universidad Nacional de Rosario, para tener una suerte de mapeo respecto de lo que sucede en el nivel institucional de las facultades en relación con las cátedras.

Aunque sabemos —parte de lo que los pedagogos podrían llamar el *currículum oculto*— que muchas iniciativas pedagógicas se dan por fuera de los canales institucionales que se destinan a ello, no ahondaremos en eso ahora, en tanto se trata de una dimensión del problema que no trabajaremos aquí. Sin embargo, la aclaración viene a cuenta ya que hay muchas experiencias dentro de lo que podemos llamar *mediatización de las cátedras* que quedan por fuera de lo que se encuentra y/o consigna en los portales de las facultades en las que se inscribe cada una de ellas. En esta etapa de la indagación, comenzamos por pesquisar qué lugar y con qué características se incluían los espacios de las cátedras en los portales institucionales.

En el avance aquí presentado, se utilizó la técnica de *vagabundeo metodológico* (Rodríguez Gómez, Gil Flores y García Jiménez, 1999) que consiste en un acercamiento al campo de carácter informal, en el que se recogen las características del entorno. En este caso puntual, se realizó un vagabundeo por

los portales de las doce facultades que componen la UNR con el objetivo de pesquisar los lugares que ocupan las cátedras en cada uno de ellos y las características de los mismos en cada caso.

En esa exploración se encontraron dos hallazgos. Por un lado, la idea de que, a excepción de los campus virtuales, el resto de los espacios funcionan más al modo de *transparentes virtuales* que de entornos de aprendizaje. Por el otro, se reconocieron tres tipos de inserción de espacios destinados a las cátedras:

1. Portales que solamente incluyen menciones de las cátedras en relación con los planes de estudio;
2. Portales que enlazan con espacios propios de las cátedras;
3. Portales que enlazan con un campus virtual.

En el primer grupo no se hace referencia a lo que podríamos llamar vida cotidiana de las cátedras. La información presentada no refiere a su funcionamiento, no hay material de estudio ni enlaces a otras plataformas. Se trata simplemente del plan de estudios de cada carrera y, en algunos casos, los programas de las asignaturas, o los horarios de cursada. Excepcionalmente, los docentes a cargo. En estos casos, no se podría hablar de estrategias de mediatización diseñadas por las cátedras y vinculadas con los portales institucionales, sino simplemente, información oficial, formal, estable. Por lo tanto, todo lo que suponga espacios de intercambio mediatizados entre estudiantes y docentes, se da por fuera del portal de la facultad.

El segundo grupo está formado por tres portales de facultades que enlazan a espacios propios de las cátedras. En uno de los casos —Facultad de Ciencia Política y RR.II.— se puede acceder a los blogs de las cátedras a partir de la pantalla destinada a cada una de ellas donde se encuentra otra información, por ejemplo, las temáticas de las que se ocupa, correlatividades, horarios de cursado, de consulta, conformación de la cátedra, programas y, en algunos casos, *Acceso al portal de la cátedra*.

Si bien está mencionado de esa forma “portal de la cátedra”, en todos los casos, se trata de un blog de diseño similar en términos estéticos, aunque con diferencias en las opciones de menú. Ninguno propone espacios de interacción, dado que la opción de comentarios —donde se considera que reside la capacidad conversacional de los blogs, tal como lo señaló Antonio Fumero (2005)— se encuentra desactivada, es decir, que los blogs de las cátedras de la facultad de Ciencia Política funcionan como portales de información y no como plataformas de interacción. En muchos casos, sin embargo, los espacios no están actualizados.

Por su parte, la Facultad de Ciencias Bioquímicas vincula a las cátedras a partir del botón “Transparentes virtuales”. Dado que esta nominación resulta curiosa, volveremos sobre ella al final de estas páginas. En cada caso, se encuentran novedades sobre parciales, exámenes, prácticos, materiales de estudio, horarios, notas, etc. En algunos casos, se encuentran entre otras informaciones, una sección como “Defensa de la educación pública” donde se publica material de difusión sobre una actividad pública. No se encuentran espacios de interacción en los casos de acceso público. Tampoco se observan informaciones sobre correos electrónicos u otros medios de contacto. Sí se advierte un espacio en el margen derecho “Buscar en foros”, pero no aparece información respecto de cómo funcionan. También hay materias cuyo enlace abre un blogspot. Si bien existe la posibilidad de comentar, ningún posteo tiene comentarios. Otros pocos casos sólo avisan que el espacio no está disponible para “invitados”, nominación que también resulta interesante.

El tercer caso de este grupo, la facultad de Ciencias Exactas, Ingeniería y Agrimensura, tiene un espacio llamado “Webs de asignaturas” pero la mayor parte de los enlaces están rotos. Los pocos casos a los que se puede acceder, son páginas con poca información. Otras, presentan materiales variados: bi-

bliografía, materiales de trabajo en formato PDF, cada una con estilos y estéticas diferentes.

Como se puede ver, cada uno de estos casos presenta singularidades. Sin embargo, cabe destacar que ninguno de ellos cuenta con opciones de interacción entre docentes y estudiantes en estas interfaces, por tanto, las mismas se presentan como espacios de circulación de información en un único sentido.

Por último, el tercer grupo es al que pertenecen cinco facultades que proponen para las cátedras espacios de campus virtuales. Sin embargo, se pueden ver algunas diferencias entre ellas.

Mientras dos de ellas —Facultades de Ciencias Médicas y de Derecho— presentan espacios de acceso libre, con materiales variados y, en paralelo, espacios con acceso exclusivo para usuarios, otras facultades —Arquitectura, planeamiento y diseño, Ciencias Veterinarias y Ciencias Económicas— sólo disponen de material de cátedra para los usuarios registrados.

Dentro del primer subgrupo, en la Facultad de Ciencias Médicas se puede descargar material de estudio en general en formato PDF pero también hay material audiovisual y en formato PPT organizado por cátedra. Estas opciones son las que se pueden visualizar para cualquier visitante. La plataforma —tal como el blog mencionado en la facultad de Ciencias Bioquímicas— usa la palabra “invitado” para referirse a los navegantes que no son docentes ni estudiantes.

En el acceso libre del campus virtual de la Facultad de Derecho, por su parte, se destaca la leyenda: “La pestaña ‘**CALIFICACIONES**’ no se usará atento la existencia de sistema GUARANI y facebook de cada comisión”. Es una de las pocas menciones a redes sociales de cátedras que se ha encontrado en toda la exploración, aunque sabemos por otras exploraciones que hay diferentes usos de Facebook en el marco de la enseñanza universitaria en Rosario.¹

1. Ya se ha mencionado en el apartado referido a las indagaciones

Dentro del segundo subgrupo, se destaca el sitio de la Facultad de Arquitectura, planeamiento y diseño donde, en el espacio destinado a las cátedras, se presenta un material audiovisual correspondiente a cada una, todas de formato idéntico, en el que un docente presenta la propuesta académica.

De esta breve exploración por las interfaces de los portales de las facultades, vemos que los espacios de interacción son escasos y que la política de visibilización y circulación de los materiales de cátedras son variados en cada caso —en cada institución—, pero también entre las cátedras de una misma facultad se encuentran singularidades. De esto podemos colegir que las cátedras privilegian espacios por fuera de los portales institucionales para interactuar con sus estudiantes. Como ya mencionamos, actualmente se está trabajando en un relevamiento de otras experiencias, sobre todo con la plataforma de Facebook tanto en su opción de grupo cerrado y secreto —opción muy utilizada como territorio de interacción educativa—, como también en la opción de *fan page* que han construido algunas cátedras.

Una apostilla discursiva: el caso del transparente virtual

Este trabajo preliminar de indagación tenía el objetivo de ofrecer una primera impresión², respecto de *lo que hay* en los portales de las facultades de la Universidad Nacional de Rosario

preliminares un trabajo actual sobre el uso del grupo de Facebook por una cátedra universitaria (Eckart, 2019). Asimismo, actualmente estamos realizando un trabajo sobre algunos casos de mediatización vía Facebook, tanto en las opciones de grupo cerrado como de *fan page*.

2. Se entiende *impresión* al modo en que lo hicieron los representantes del movimiento artístico de finales del siglo XIX, es decir, el efecto causado por la luz sobre los objetos. Al respecto, dice en su diccionario, María Moliner (2007): “Impresión: 3. Efecto causado en los sentidos o en el ánimo por las cosas, las personas, los fenómenos o los sucesos” (p. 1612); o bien la Real Academia Española (2001): “6. Efecto o alteración que causa en un cuerpo otro extraño” (p.1256).

en relación con los espacios de las cátedras —entendidas no como organizaciones formales o compartimentos de un organigrama, sino como espacios de organización del aprendizaje y de producción del conocimiento en el nivel superior de la educación.

En este sentido, la utilización del sintagma *transparente virtual* encontrado en dos de las páginas exploradas se presenta como una experiencia interesante de figuración que dice algo respecto de las modalidades en las que estos portales se vuelven contenedores, colectores de los espacios de las cátedras.

Para María Moliner (2007), en su funcionamiento sustantivo *transparente* es “un letrero que se coloca delante de una luz para que se vea o lea lo dibujado o escrito en él, por transparencia; particularmente como anuncio” (p. 2929). Un transparente virtual sería, entonces, aquel espacio en el que se exponen y anuncian informaciones pero ya no en un pasillo o la pared de un edificio, sino en un entorno digital como una pantalla. Lo que podríamos aventurar, a modo de hipótesis primera, es que muchos de los sitios que estuvimos recorriendo, incluidos, por ejemplo, tanto los blogs que funcionan con el espacio de comentarios bloqueado como el blog detectado que, aunque tiene habilitado el espacio de comentarios, es un espacio sin uso, inerte, estos espacios, decía, funcionan como *transparentes virtuales*, más que como zonas de interacción entre los participantes del espacio educativo. Es decir, que los espacios de interacción mediatizada de las cátedras, excepto en los casos que enlazan a los campus virtuales³, no suceden por dentro de los portales de las facultades, sino en espacios no institucionales, incluso en algunos casos en los que se cuenta con la opción del campus, como vimos en el caso del espacio de una cátedra de la facultad de Derecho que advierte que hay información que sólo se publicará en los grupos de Facebook.

3. Queda por ver, no obstante, el nivel de actividad de los mismos y aceptabilidad del espacio en las cátedras y en los estudiantes, dado que como apreciamos, aun cuando algunos espacios permitan la interacción, no siempre esto ocurre.

Todo esto permite inferir una configuración compleja de espacios mediatizados de las cátedras que combina zonas de publicación de información institucionales o no, con espacios de interacción, en general no institucionales, ambientes virtuales de aprendizajes diseñados *ad hoc* y otros que se reconfiguran con este objetivo pero dentro de lo que las plataformas de base proponen —los casos de blogs y de los usos diversos de Facebook— y en contacto con otros discursos circundantes que son ajenos a la lógica educativa o universitaria. En la representación de esa configuración compleja estamos trabajando en este momento.

Referencias

Arango Vásquez, S. y Vásquez Lopera, C. (2007). Las TIC como recurso de apoyo a las clases presenciales en la educación superior. En *Medios informáticos en la educación a principios del siglo XXI*, pp. 241-255. Buenos Aires: Prometeo.

Area Moreira, M.; (2005). Internet y la calidad de la educación superior en la perspectiva de la convergencia europea. *Revista Española de Pedagogía*, 63(230), 85-100.

Assinato, G.; Mateus, J. y Novomisky, S. (2018). Las TIC en la enseñanza universitaria de la Comunicación: usos, sentidos y representaciones en dos universidades de Argentina y del Perú. *Communication Papers. Media Literacy & Gender Studies*, 7(14), 49-64.

Baggiolini, L. (2010). Ambientes educativos, dispositivos tecnológicos y conocimiento. En S. Castro Rojas (coord.), *TICs y educación. Experiencias pedagógicas y reflexiones sobre el uso de las TICs en el aula*, pp. 15-42. Rosario: Del Castillo.

Bosco, A. (2007) Profesores y estudiantes haciéndose competentes con las TIC: una visión global. En R. Cabello y D. Levy (eds.), *Medios informáticos en la educación a principios del siglo XXI*, pp. 127-147. Buenos Aires: Prometeo.

Cabello, R. (coord.) (2006). *“Yo con la computadora no tengo nada que ver”. Un estudio de las relaciones entre los maestros y las tecnologías informáticas en la enseñanza*. Buenos Aires: Prometeo.

Cabello, R. y Levy, D. (2007). TIC en las universidades nacionales de la Argentina. En R. Cabello y D. Levy (eds.), *Medios informáticos en la educación a principios del siglo XXI*, pp. 217-240. Buenos Aires: Prometeo.

Copertari, S.; Morelli, S.; Trottni, A.; Fantasía, Y.; Aita, G.; Contesti, J. y Stara, N. (2009). Análisis de experiencias sobre prácticas de enseñanza en educación a distancia en la Universidad Nacional de Rosario. *Revista Cognición*, (FLEAD), 18. Recuperado de http://www.cognicion.net/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=232

Crovi Druetta, D. (2007). Retos de las universidades en la sociedad de la información y el conocimiento. En R. Cabello y D. Levy (eds.), *Medios informáticos en la educación a principios del siglo XXI*, pp. 177-196. Buenos Aires: Prometeo.

Cuellar Moreno, M. y Delgado Noguera, M. (2010). Nuevas tecnologías en la enseñanza universitaria. Un estudio piloto en educación física. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (36), 69-79.

Eckart, D. (2019). *Redacción I, un aula extendida. Una historia de la aplicación de las TIC en una cátedra la Universidad Nacional de Rosario*. Tesina de grado. Licenciatura en Comunicación Social. Facultad de Ciencia Política y RR.II. Rosario: Universidad Nacional de Rosario. (En evaluación).

Fernández, J. L. (2016). Plataformas mediáticas y niveles de análisis. *InMediaciones de la Comunicación*, 11, 71-96. Recuperado de <https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/article/view/2618>

Frau Maigs, D. (2007). Educación para los medios y las TICs en la era digital: Las prioridades simbólicas y estructurales para cambiar de escala en el caso europeo. En R. Cabello y D. Levy (eds.), *Medios informáticos en la educación a principios del siglo XXI*, pp. 107-125. Buenos Aires: Prometeo.

Fumero, A. (2005). El abecé del universo del blog. *Revista TELOS*, (65). Recuperado de <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero065/el-abece-del-universo-blog/>

Gómez, M.; Roses, S. y Farías, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*, XIX(38), 131-138. Recuperado de www.revistacomunicar.com

Levy, D. (2007). Enseñar y aprender con informática / Enseñar y aprender informática. Medios informáticos en la escuela argentina. En R. Cabello y D. Levy (eds.), *Medios informáticos en la educación a principios del siglo XXI*, pp. 21-50. Buenos Aires: Prometeo.

Litwin, E. (1995). *Tecnología Educativa*. Buenos Aires: Paidós.

López de la Madrid, M.; Flores Guerrero, K.; Esponosa de los Montros Cárdenas, A. y Rojo Morelaes, D. (2017). *Posibilidades de Facebook en la docencia universitaria desde un caso de estudio*. *Apertura*, 9(2), 132-147.

Margarit, A. M. (2002). Redacción I en disco compacto. *La Trama de la Comunicación*, (7), 47-52. Recuperado de <https://latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/243>

Mc Anally, L. y Armijo, C. (2001). La estructura de un curso en línea y el uso de las dimensiones del aprendizaje como modelo instruccional. *Revista Iberoamericana de Educación*, 25(1). Recuperado de <https://rieoei.org/RIE/article/view/2998>

Mena-Young, M. (2018). Retos docentes en ambientes virtuales: del modelo a distancia al entorno virtual en un posgrado en Comunicación. *Communication Papers. Media Literacy & Gender Studies*, 7(14), 107-122.

Moliner, M. (2007) *Diccionario de uso del español*. Buenos Aires: Del nuevo extremo.

Morales, S. (2007) Brecha digital y educación en la Sociedad global de la información. En R. Cabello y D. Levy (eds.), *Medios informáticos en la educación a principios del siglo XXI*, pp. 61-83. Buenos Aires: Prometeo.

Parra Castrillón, E. (2011). La cultura digital de los estudiantes universitarios en entornos académicos. *Signo y pensamiento*; XXX(58), 144-

155. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/860/86020038010.pdf>

Peters, O. (1998). *Distance Education. International perspectives*. England: Croom Helms.

Piscitelli, A.; Adarme, I y Binde, I. (comps.) (2010). *El Proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. Barcelona: Ariel.

Real Academia Española (2001). *Diccionario de la lengua española*. 22^o edición. Tomo 2. Buenos Aires: Planeta.

Reviglio, M.C. (2012). Jóvenes y tecnologías educativas. Un estudio en recepción de un edublog en el umbral. *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, (5). Recuperado de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revistadejuventud/article/view/1502/1273>

Reviglio, M.C (2010) Estudiantes y pantallas. Un caso de mediatización del discurso académico en el umbral de ingreso a la universidad. En A. Fausto Neto y S. Valdettaro (dirs.), *Mediatización, Sociedad y Sentido. Diálogos entre Brasil y Argentina*, pp. 138-156. Rosario: UNR Editora. Recuperado de <https://cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros/3/mediatizacion-sociedad-y-sentido-dialogos-entre-brasil-y-argentina>

Reviglio, M.C (septiembre de 2009). Estudiantes, lenguajes y pantallas. Un análisis discursivo. En *Actas del 1er encuentro sobre juventud, medios de comunicación e industrias culturales (JUMIC)*. Fac. de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata.

Rodrigo-Cano, D.; De Casas Moreno, P.; Aaguaded, I. (2018). *El rol del docente universitario y su implicación ante las humanidades digitales*. *Index.comunicación*, 8(2), 13-31.

Rodriguez Gomez, G.; Gil Flores, J. y García Jiménez, E. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Aljibe.

Sánchez, M. (2002) La enseñanza de la redacción a distancia. *La Trama de la Comunicación*, (7), 55-64. Recuperado de <https://latrama.fc-polit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/244>

Scolari, C. (2004) *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.

Valdettaro, S. (2007). Medios, actualidad y mediatización. Medios y Comunicación, *Boletín N° 123 de la Biblioteca del Congreso de la Nación*, 51-65.

Verón, E. (2011) “La televisión, ese fenómeno ‘masivo’ que conocimos, está condenada a desaparecer”, entrevista realizada por Carlos Scolari. *Revista LIS. Letra. Imagen. Sonido: Ciudad Mediatizada*, (6-7), 31-40. Recuperado de <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/lis/article/view/3695>

Las otras Campañas Educativas.

Un abordaje socio semiótico
de las estrategias publicitarias
de instituciones educativas del
nivel superior.

*As outras Campanhas Educativas.
Uma abordagem sócio-semiótica
das estratégias publicitárias das
instituições de ensino de nível
superior*

Virginia Beduino – UAI

viriniabeduino@gmail.com

Mariángeles Camusso – UAI- CIM - CIFEG - UNR

mariangeles.camusso@gmail.com

Karen Kuschner – UAI

kuschnerkaren@gmail.com

Cecilia Ullúa – UAI

ceullua@gmail.com

Resumen:

Presentamos avances de un proyecto de investigación denominado “Estéticas, narrativas y representaciones en campañas publicitarias digitales de Facultades de Comunicación de Rosario y la región.”

En este proyecto nos proponemos comprender las modalidades argumentativas y estéticas que predominan en las estrategias de comunicación, tendientes a difundir la oferta educativa de Facultades de Comunicación de Rosario y la Región, atendiendo a las complejidades que implican para las narrativas institucionales la consolidación de las sociedades mediatizadas, en las cuales, tal como sostuviera Eliseo Verón, el conjunto Internet –redes sociales, dispositivos móviles– constituye un mediador insoslayable de la gestión de lo social.

El texto que compartimos describe la puesta en página de cada uno de los sitios web institucionales, atendiendo a las maneras en que su arquitectura da cuenta de la autopercepción institucional, imagina a sus públicos perceptores –en particular a estudiantes ingresantes– y propone o establece vínculos con los mismos.

Palabras Claves

representación, universidad, iconografías, narrativas, marcas institucionales

Resumo

Apresentamos progressos a partir de um projeto de pesquisa chamado “Estética, Narrativas e Representações em campanhas publicitárias digitais das faculdades de comunicação em Rosario e região”. Neste projeto propomos compreender as modalidades argumentativas e estéticas que predominam nas estratégias de comunicação voltadas para a divulgação da oferta educacional das Faculdades

de Comunicação de Rosário e região, considerando as complexidades que implica para as narrativas institucionais a consolidação das sociedades midiáticas, nas quais, como sustenta Eliseo Verón o conjunto Internet, as redes sociais e dispositivos móveis constituem um mediador imprescindível da gestão social. O texto que compartilhamos descreve os recursos da página de cada um dos sites web institucionais, observando as maneiras pelas quais sua arquitetura dá conta da autopercepção institucional, imagina os seus públicos perceptores – em particular a estudantes ingressantes – e propõe ou estabelece vínculos com os mesmos.

Palavras-Chave

representação, universidade, iconografia, narrativas, marcas institucionais.

Introducción

A lo largo de los años y la evolución de las tecnologías de transmisión de información, las maneras que las técnicas de la comunicación han utilizado para alcanzar objetivos han variado, por la propia materialidad de los soportes, pero también por la creciente sofisticación perceptual de los públicos, fenómeno que ha impactado considerablemente a su vez, en el análisis y la investigación, requiriendo de un aguzamiento de las delimitaciones de las variables a observar y de las interrelaciones que se presentan (Camusso, 2010).

A priori, podemos sostener que, en este contexto, las instituciones en general y las educativas en particular se encuentran abrumadas por la vertiginosidad de los cambios, teniendo que desarrollar estrategias de adecuación de sus comunicaciones al ritmo de las transformaciones cada vez más veloces y frecuentes.

La observación inicialmente asistemática de los modos de comunicar de los establecimientos en los cuales trabajamos¹, sumada a los comentarios que, también informalmente, recabamos de alumnos y alumnas en nuestras experiencias áulicas nos conduce a interrogarnos sobre los modos de vinculación que las marcas universitarias proponen para con sus públicos. Ha sido justamente el diálogo cotidiano con estudiantes, particularmente de los primeros años, lo que nos ha señalado la existencia de ciertos desajustes entre las comunicaciones institucionales y las audiencias del Siglo XXI.

Nos propusimos, en consecuencia, intentar comprender las modalidades narrativas y estéticas que predominan en estra-

1. Tres de las autoras de este trabajo son docentes únicamente de la Universidad Abierta Interamericana (Beduino; Ullúa y Kuschner), mientras que Camusso es docente también de la Universidad Nacional de Rosario.

tegrías de comunicación tendientes a difundir la oferta educativa de Facultades de Comunicación² de Rosario y la región.

Para esto nos concentramos en identificar piezas de difusión que circularan a través de soportes digitales (redes sociales, páginas web institucionales, etc.) observando sus estrategias creativas –es decir, las argumentaciones prevalentes, los tratamientos estéticos y las modalidades enunciativas– con el objeto de detectar constantes y transformaciones temáticas y estilísticas y problematizar el vínculo construido con los públicos en los modos de interacción propuestos por las instituciones.

En esta indagación partimos de la noción de considerar *la marca* como un capital simbólico esencial para cualquier institución pero en particular para las educativas, en tanto la elección de una universidad implica una decisión que involucra además de aspectos económicos, un compromiso vital de usuarios y usuarias, cuyos resultados serán perceptibles en el largo plazo y como producto de un cúmulo de experiencias diversas³.

Esta importancia del valor de marca para las instituciones de educación superior ha sido detalladamente descrita por Casanoves y Küster (2017) quienes, citando a Mourad (2013), sostienen que

los consumidores suelen percibir la selección de un servicio educativo como una decisión arriesgada, ya que ello puede desempeñar un importante papel en su futura carrera profesional y, por lo general, suele ser un servicio caro⁴. Por ello, para el autor,

2. Recortamos las Facultades de Comunicación en función de nuestra pertenencia institucional y disciplinar y por el interés particular que teníamos en relación a la promoción del ingreso a estas carreras.

3. Siguiendo a Casanoves-Boix y Küster, quienes citan a Mourad, Ennew y Kortam (2011) podemos sostener que esto es común a la mayoría de los servicios y en consecuencia inherente a los servicios educativos, con el agravante de que la educación superior es un tipo de servicio en el que resulta muy complicado evaluar su calidad, en la medida en que los parámetros de evaluación estandarizados suelen ser desconocidos y distantes de la experiencia de los estudiantes y sus familias.

4. En el caso argentino, la existencia de una Universidad de gestión estatal

el **capital de marca** de una institución educativa superior es un elemento que influye de forma importante en el proceso de selección, ya que actúa como herramienta de diferenciación y aversión al riesgo.⁵ (Casanoves-Boix y Küster-Boluda, 2017, p. 104)

Ahora bien, en el marco de esta investigación definimos una marca, siguiendo a Semprini (1995), como

una instancia semiótica, una forma de segmentar y dar sentido de forma ordenada, estructurada y voluntaria” que se genera “por el conjunto de discursos que mantienen entre sí todos los sujetos (individuales o colectivos) que participan en su génesis. (Semprini, 1995, p.47)

Entendemos que este modo de definir la marca, impregnado de pluralidad y dialogismo, resulta pertinente para la coyuntura que nos convoca, en tanto las redes sociales implicarían una pérdida de control por parte de los emisores institucionales y la planificación estratégica ante la emergencia de una multiplicidad de actores que tienen la potencialidad de hablar de las organizaciones en los mismos espacios y con recursos semejantes a los de la propia organización.

Marco teórico

El tema de investigación descrito retoma líneas analíticas provenientes de varias tradiciones y disciplinas e implicó la construcción de un marco teórico que articula conceptos provenientes de diversas matrices disciplinares.

En primer lugar situamos esta investigación dentro del campo de la sociosemiótica, entendiendo que ésta se ocupa de estudiar la dimensión significativa de los fenómenos sociales, asentada en la premisa veroniana de que

gratuita, con ingreso irrestricto y un alto reconocimiento social, implica un desafío para las estrategias de mercado de las Universidades de gestión privada.

5. El destacado es nuestro.

Toda producción de sentido es social. Todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido. Este doble anclaje, del sentido en lo social y de lo social en el sentido, sólo se puede develar cuando se considera la producción de sentido como discursiva. (Verón, 1987, p. 126)

Concretamente, la conformación de nuestro corpus implica la identificación de “paquetes textuales” como “conjuntos compuestos por una pluralidad de materias significantes: escritura-imagen, escritura-imagen-sonido, imagen-palabra” (Verón, 1987, p. 17), reconociendo que estas materialidades significantes constituyen “una configuración espacio-temporal de sentido” (p. 127).

En el caso que nos convoca, estas configuraciones de sentido manifiestan los modos en que las instituciones seleccionadas se piensan a sí mismas, conciben su razón de ser, configuran vínculos con la comunidad y establecen relaciones con sus audiencias. En consecuencia nos planteamos analizar los modos en que cada una de ellas construye su identidad pública (Costa, 2004; Aacker, 2010 y Curubeto, 2007) y, al establecer vínculos con sus audiencias, propone imaginarios del estudiantado universitario, de la relación enseñanza-aprendizaje y de la particularidad de las disciplinas vinculadas a la comunicación.

Dado que nuestra hipótesis de trabajo parte de la observación y la problematización del vínculo entre las instituciones y sus potenciales ingresantes, otra noción que nos interesa incorporar aquí es la de umbral que Cecilia Reviglio (2013), retomando a su vez a Ana Camblong (2005) utiliza para describir la situación de ingreso universitario. Esta situación, sostiene Reviglio (2013)

supone un momento especial en la vida de un estudiante (...) y permite dar cuenta de una multiplicidad de situaciones en las que los sujetos recorren un tiempo-espacio transicional, un espacio de frontera simbólico entre dos territorios también simbólicos. El concepto de umbral refiere tanto a ese espacio como

a la acción de desplazarse en él para atravesarlo (...) El umbral, entonces, es un límite pero también un espacio que permite una entrada. En este caso, se trata de la entrada a la universidad que supone el pasaje de un nivel educativo a otro, pero también un pasaje del mundo de la adolescencia al mundo de la adultez, de la independencia, de la responsabilidad. Así, es posible reconocer en la experiencia de ingresar a la vida universitaria, la metáfora del cruce de un umbral. (Reviglio, 2013, p.3)

Si bien el umbral al que refieren las autoras es un concepto metafórico para aludir a toda la experiencia de ingreso a la vida universitaria, nos atrevemos a retomarlo para referirnos a la particular experiencia de entrar virtualmente a los espacios universitarios. En este recorrido por las estrategias desplegadas por las instituciones que componen nuestro corpus en sus sitios web, consideramos la noción de umbral como un concepto subsidiario de la noción de portal que se erige a su vez como metáfora de las puertas de ingreso a la vida universitaria. Así, ingresar al mundo universitario virtual supone atravesar ciertos umbrales que habilitarán o clausurarán posibles recorridos. El ancho, lo amigable, lo angosto o lo escarpado de ese umbral se define por un conjunto de decisiones sutiles, no siempre intencionales, pero indudablemente significativas.

Primeras aproximaciones

A partir de un relevamiento realizado en el cual detectamos todos los establecimientos de la provincia de Santa Fe y de la ciudad de Rosario que dictan carreras vinculadas a las Ciencias de la Comunicación (entre las que podemos encontrar tecnicaturas, licenciaturas y diplomaturas en Diseño Gráfico, en publicidad, en comunicación, en Relaciones Públicas) decidimos recortar inicialmente tres instituciones universitarias: una de gestión pública (Universidad Nacional de Rosario –UNR–), una de gestión privada con una larga trayectoria y un respaldo marcario proveniente de otra institución (Universidad Católica Argentina –UCA–, Iglesia Católica) y una de gestión privada con

una historia relativamente breve (Universidad Abierta Interamericana –UAI–).

Nombre	Tipo de gestión	Características	Facultades	Carreras
UAI	Privada	Laica Dividida en Facultades Sedes Buenos Aires – Rosario – San Nicolás	Ciencias de la Comunicación	Lic. en Diseño Gráfico. Lic. en Publicidad. Lic. en Periodismo. Lic. en Producción y Realización Audiovisual Lic. en RRPP. Tecnicatura en Animación.
UNR	Estatal	Laica Dividida en Facultades e Institutos	Ciencia Política y RRII Arquitectura	Licenciatura en Comunicación Social. Post título en Periodismo Post título en Diseño Gráfico.
UCA	Privada	Confesional Dividida en Facultades Sedes Buenos Aires – Rosario – Mendoza – Paraná – Centro Regional Pergamino	Derecho y Ciencias Sociales	Lic. en Comunicación Periodística.

A partir de este recorte nos abocamos al análisis de las plataformas de difusión y comunicación que éstas utilizan⁶. Concre-

6. La investigación contempla otro momento en el cual se realicen entrevistas en profundidad y focus group, a los fines de comprender modalidades apreciativas e interpretativas de las estrategias en ciernes.

tamente, realizamos una primera observación sistemática del sitio web institucional de las universidades, de las Facultades y de cada una de las carreras y también de los perfiles oficiales en Facebook e Instagram durante una semana del mes de noviembre de 2018⁷. En estas observaciones hemos capturado imágenes, seleccionado textos institucionales (particularmente la misión⁸ de cada una de las universidades) y contabilizado cantidad y tipos de interacciones (me gusta, compartir, hacer comentarios). Ante nosotras se abre una multiplicidad de elementos a observar, que a su vez plantean infinidad de recorridos diferentes.

La descripción que compartiremos en esta oportunidad expone una primera caracterización de una parte de todo lo recopilado –específicamente las narrativas de los portales institucionales– y algunas reflexiones preliminares sobre los modos en que las arquitecturas digitales establecen contratos de navegación con sus visitantes.

1. Los portales institucionales

Las metáforas arquitectónicas utilizadas para describir la usabilidad de las redes, proponen a las páginas web institucionales como una puerta de entrada a través de la cual los navegantes acceden a las instituciones y, como tales, posibilitan el inicio de recorridos gemelos o emparentados con aquellos que podrían hacer los visitantes en los edificios que las alojan. La particularidad de las Universidades es que propone puertas de entrada muy diferentes entre sí y que estas diferencias de niveles o jerarquías (La Universidad, la Facultad, la Carre-

7. La selección de esta fecha estuvo motivada en informes cuantitativos de la Universidad Abierta Interamericana que indican que, habitualmente, en el mes de noviembre se produce la mayor cantidad de consultas por inscripción a carreras por parte de aspirantes al ingreso.

8. La Misión Institucional es, según el Marketing Estratégico, la razón de ser de cada institución en la cual se pone de manifiesto su identidad. Es un propósito de carácter amplio que determina el rumbo de la organización. Para definirla se puede partir de una pregunta básica: ¿para qué existe esta institución?

ra) pueden ser muy claras para la comunidad universitaria consolidada pero resultar muy complejas para la comunidad ingresante. Además, cada una de las instituciones analizadas jerarquiza una puerta de entrada en detrimento de las otras.

1.1. La UCA (Universidad Católica Argentina) es una institución dedicada a la educación superior fundada por el Episcopado Argentino. Se define a sí misma como

una institución de la Iglesia orientada a articular las verdades de la razón conceptual con el sentido divino de la vida humana a la luz del Evangelio de Jesucristo (...) Sobre la base de su identidad, la UCA realiza su misión por medio de la investigación, la enseñanza sistemática e integrada de las distintas disciplinas y la formación humanista y cristiana, a partir de sólidos fundamentos científicos y valores éticos que abran al ser humano a la trascendencia. Fiel a la Doctrina Social de la Iglesia, desarrolla actividades de extensión asumiendo su responsabilidad con toda la comunidad, especialmente con los más frágiles, para promover su acceso a la educación superior. La responsabilidad de la UCA se cifra en el logro de la formación de un graduado como alguien "experto en humanidad".⁹

En los motores de búsqueda, UCA propone dos tipos de ingreso: uno de UCA nacional y otro de UCA Rosario. Desde la home general¹⁰ en el menú superior presenta una pestaña "Sede" y desde allí se puede acceder exclusivamente a Sede Rosario. En su página de inicio se observa un primer plano del edificio ubicado en Puerto Madero Buenos Aires y, en la página de Rosario, su imponente sede de calle Pellegrini, sin duda una de las grandes fortalezas –en todas las acepciones del término– de la UCA. Las características del campus tienen un gran protagonismo en la web, se muestran como un baluarte y un rasgo diferenciador.

9. Disponible en <http://uca.edu.ar/es/la-universidad-uca-institucional/nuestra-universidad>

10. <http://uca.edu.ar/es>



Imagen 1: Captura de pantalla de la página de la Sede Rosario de UCA

Una singularidad es que los íconos que redirigen a sus redes sociales institucionales (Facebook, Youtube, Instagram, LinkedIn) se encuentran en un espacio con mucha visibilidad (arriba a la izquierda). El menú principal coloca en un mismo nivel ciertos atributos edilicios (auditorios), asuntos de orden organizacional que hacen a la vida universitaria (posgrados y facultades, por ejemplo) y algunos de los actores que participen de esa vida (alumnos y graduados). Además permite una circulación permanente entre UCA nacional y la sede local. En el extremo superior derecho, habilita las versiones en inglés y portugués, manifestando implícitamente su apelación a públicos de otras nacionalidades.

1.2. La Universidad Abierta Interamericana (UAI) es una institución privada, laica, autónoma, plural, fundada en 1995, cuya misión se define como

brindar educación superior de calidad en los niveles de grado, posgrado y pregrado, ofreciendo condiciones que favorecen la inclusión social y aportando así a la democratización del conocimiento. Esta formación de calidad centra su mirada en el sujeto que aprende con el propósito de desarrollar al máximo sus potencialidades a través de metodologías de enseñanza in-

*novadoras, participativas y críticas que apuntan a la búsqueda de respuestas a problemas sociales.*¹¹

Al acceder al sitio www.uai.edu.ar se observa un menú en dos niveles, el superior a la derecha, a partir del cual el usuario puede seleccionar su rol dentro de la institución (solo algunas opciones requieren usuario y contraseña) y a partir de allí navegar acorde a su condición.

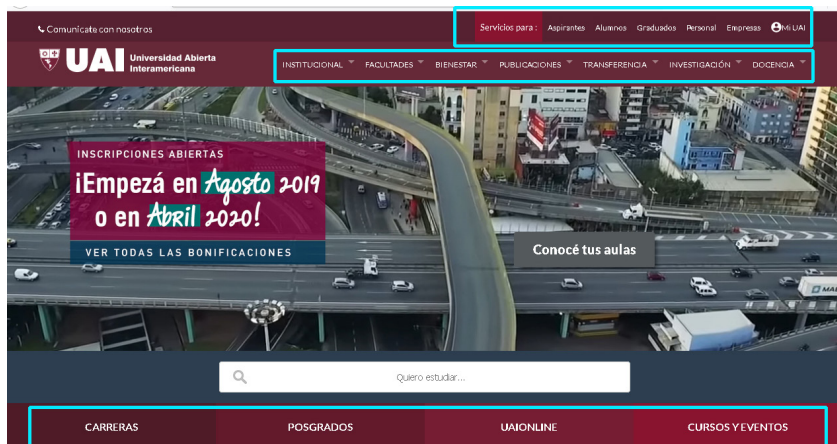


Imagen 2: Captura de pantalla de la página principal de UAI

El menú principal a su vez, propone opciones de recorridos institucionales, por Facultad y por las distintas áreas de la Universidad. Debajo del menú y ocupando todo el ancho de la pantalla corre un video en el que se observa en primera instancia una toma aérea de uno de los edificios y posteriormente una secuencia, en un zoom progresivo, que permite internarnos en la experiencia universitaria: sucesión de primeros planos de los estudiantes, situaciones dentro de las aulas y laboratorios de informática, tv, radio, etc.

Este video, que se centra exclusivamente en las instalaciones de la Universidad ubicadas en CABA, se ve visualmente

11. Disponible en <https://www.uai.edu.ar/institucional/misi%C3%B3n-y-visi%C3%B3n/>

interrumpido por un “sobreimpreso” a modo de “cartel” informando sobre inscripciones para el año en curso y el siguiente. Debajo del video otro menú permite acceder a opciones que hacen a la oferta educativa: carreras, posgrados, cursos y aula virtual.

Recién en un primer nivel de desplazamiento hacia abajo, aparecen íconos que redirigen a las redes sociales institucionales (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube) y al canal de radio propia “Conexión Abierta”. Una hilera de fotografías invita nuevamente a seleccionar el perfil con el cual se desea navegar.



Imagen 3: Captura de pantalla de áreas de la página principal de UAI

Si se continúa el desplazamiento hacia abajo de la página de inicio, la misma se divide en columnas definiendo una sección de novedades y una de agenda (identificando las sedes Buenos Aires, Rosario). A continuación, se presentan las localizaciones con las que cuenta la Universidad y el listado de Carreras; finalmente, encontramos un formulario de contacto y nuevamente links a las distintas redes sociales, aunque en esta oportunidad se incorpora un ícono de Whatsapp exclusivamente para Buenos Aires.

Es notable que todos los destacados sobreimpresos apelan directamente a los usuarios visitantes a través de verbos im-

perativos: *Empezá/conocé/seleccioná*. El uso de esta modalidad y persona se combina con el uso del posesivo personal de la primera persona: mi UAI/mi primer día.

1.3. La Universidad Nacional de Rosario (UNR). Es una universidad pública, creada en 1968 a través de la Ley 17.987 como un desprendimiento de la Universidad Nacional del Litoral. Aunque no enuncia una misión, sostiene que, desde su fundación

inició con la sociedad rosarina una relación activa desde la cual fue generando cada uno de los proyectos que puso en marcha y que se expresó en un crecimiento sostenido acorde a las demandas de la región.¹²

El sitio web de la UNR es un portal con múltiples vías de entrada, dada la compleja arquitectura de la información institucional. En primer término aparece un carrusel de imágenes en los cuales se suceden noticias institucionales que se renuevan con frecuencia. Al costado, debajo y arriba de estos slides, se organizan diferentes menús: arriba, además de hablar de sí misma y de sus autoridades, permite la apertura a las distintas unidades académicas (facultades). En este menú se incluye un botón con un sintagma particular: Estudiar en la UNR, que alude impersonalmente a las personas que están interesadas a la vez que, tácitamente, afirma una diferencia. En el costado derecho, grandes pestañas de colores habilitan cuatro espacios conceptuales (docencia e investigación, bienestar estudiantil, universidad y sociedad, campus virtual); debajo otro menú de colores organiza la información en función de sus protagonistas/destinatarios (docentes, estudiantes, graduados, no docentes, investigadores y sociedad). Vale señalar que es la única de las tres universidades que incluye a los docentes como un perfil diferenciado y a la sociedad como un interlocutor –más amplio, sin dudas, que las empresas.

12. Disponible en <https://www.unr.edu.ar/universidad/>

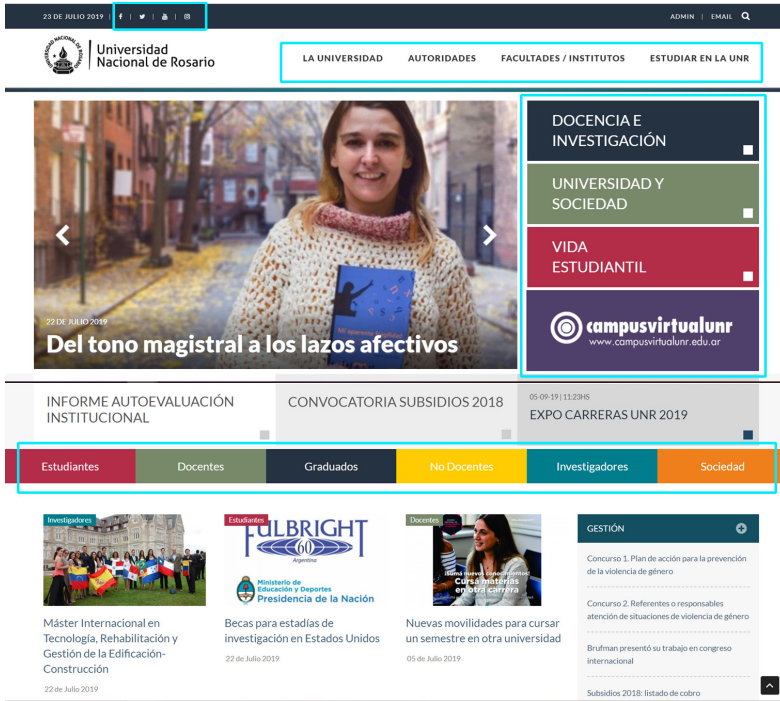


Imagen 4: Captura de pantalla de la página principal de UNR

Entendemos que en las sutiles diferencias que fuimos señalando podemos vislumbrar diferentes modos de construirse como marcas universitarias y de proponer vínculos con sus navegantes. Así, UAI a través de las apelaciones vocativas, propone un trato directo hacia potenciales ingresantes, a quienes además les otorga protagonismo, por encima de estudiantes ya matriculados. En el otro extremo, UNR se ubica, sutilmente, como un objeto de diferenciación pero no facilita el acceso a la información necesaria. En una posición intermedia, UCA destina una amplia zona de información al “ingreso”, priorizando la acción por sobre quienes la protagonizan, pero brindándoles un amplio umbral digital.

2. Las Facultades o el espacio intermediario

Las facultades hacen tangible la institución universitaria: los edificios, las aulas, las personas que entran y salen de ellas otorgan una existencia real y concreta a esa construcción imaginaria que es la universidad. En este apartado intentaremos describir cómo esa proximidad se manifiesta en términos digitales y adquiere, o no, matices particulares según la organización a la que pertenecen. Para esto, nos centraremos en el análisis de los sitios de facultades que alojan a las carreras vinculadas con la comunicación.

2.1. UCA: Facultad de Derecho y Ciencias Sociales del Rosario

La página de la Facultad es notablemente visual: en primer lugar aparece un banner con una fotografía de una clase. Es un plano conjunto de jóvenes sentados en sus pupitres; sobresalen las mujeres jóvenes, por cantidad y ubicación (primeros lugares). Sobreimpresos sutilmente aparecen botones que conducen a áreas específicas de información. La denominación “del Rosario”, que forma parte del nombre de la facultad no solo habla del recorte geográfico del sitio, sino de su inscripción ideológica: “del Rosario” es la Virgen patrona de la ciudad. Debajo, un damero de imágenes fotográficas de clases o espacios de la facultad, permite acceder a ciertas áreas, que se identifican con epígrafes descriptivos. Una sola de las imágenes tiene un epígrafe redactado en posesivo: “Nuestra Facultad”.



Imagen 5: Captura de pantalla de la Facultad de Derecho y Cs.Sociales de UCA

2.2. UAI: Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Las carreras objeto de esta investigación pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación cuya misión propone (según aparece en la pestaña correspondiente a esta Unidad Académica)

*promover los conocimientos, las competencias y las habilidades que den cuenta del perfil del graduado de cada carrera que la compone. Para ello se activan programas académicos que favorezcan la producción, desarrollo y transferencia del conocimiento.*¹³

El elemento más relevante de esta página es una imagen fotográfica alargada, donde se identifica un plano conjunto conformado por el perfil de una mujer joven que se encuentra trabajando sobre un escritorio, con una lapicera o un lápiz digital en una mano. Sobre el escritorio, la presencia de un catálogo PANTONE indicaría que se trata de una persona vinculada al Diseño Gráfico. Sobreimpreso en la foto, un ícono con una C inscripta en un contenedor circular hace referencia a la facultad.

13. Disponible en <https://www.uai.edu.ar/facultades/ciencias-de-la-comunicaci%C3%B3n/>

tad y debajo encontramos la leyenda “Solicitar información”, escrito en impersonal.

El menú superior conserva la estética y organización del sitio institucional, pero aparece la leyenda “Quiero estudiar” en el buscador.

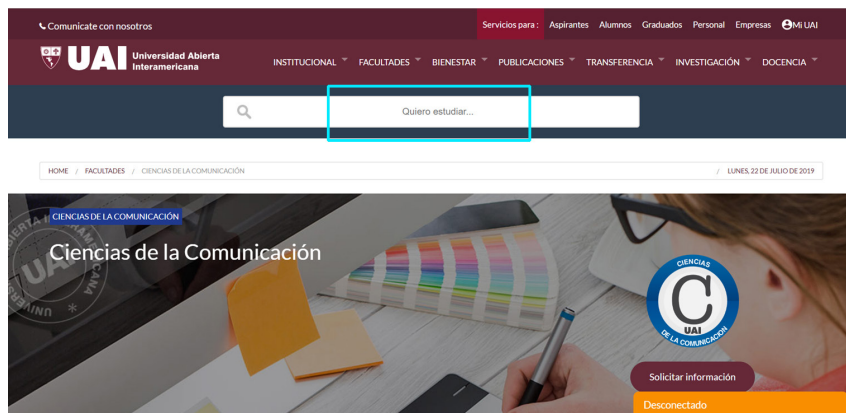


Imagen 6: Captura de pantalla de la página principal de Facultad de Cs de la Comunicación UAI

2.3 UNR: Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales y Facultad de Arquitectura, Planeamiento y Diseño

El caso de las facultades de UNR es más complejo ya que además de la Licenciatura en Comunicación Social, perteneciente a la Fac. de Ciencia Política y RRH, existe un postítulo en Diseño de Comunicación Visual que se dicta en la Fac. de Arquitectura.

Esta distinción permite observar que las páginas de las facultades son muy diferentes entre sí y, aunque sea posible llegar desde el sitio institucional de la universidad, cada una de ellas constituye una pieza absolutamente independiente: tiene estética arquitectura interna y modos vinculares propios.

Así, mientras la Fac. de Arquitectura muestra un taco delgado que ocupa el ancho de las pantallas y donde se ubica una imagen en duotono con estudiantes en situación de aula taller

(Imagen 7), la Fac. de Ca. Política y RRII cuenta con un carrete de tres imágenes, una de ellas es un plano detalle de una situación en aula, y otras dos con información textual e infográfica. (Imagen 8)

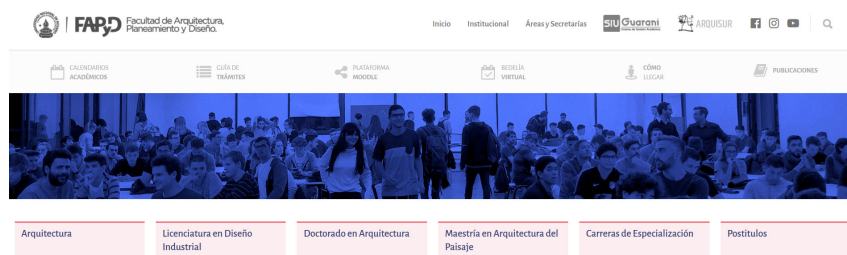


Imagen 7: Captura de pantalla de Página Facultad de Arquitectura UNR



Imagen 8: Captura de pantalla de Página Facultad de Ciencia Política de UNR

Debajo de este carrete aparece el menú desplegable con información de las diferentes áreas y carreras; una de las opciones hace referencia a INGRESO 2020. A un costado aparecen cuatro botones que conducen a la página de las escuelas, cada una de las cuales se identifica a su vez con un isotipo. Los

cuatro isologos forman parte de un sistema visual acorde con los elementos de identidad marcaria de la Facultad.

Los textos de la página están escritos todos en tercera persona, narran las características de la institución y el desarrollo de sus actividades en lenguaje claro y preciso, sin utilizar adjetivaciones ni apreciaciones valorativas. Las imágenes fotográficas son pequeñas, cuadrangulares y referenciales y encontramos también varios íconos que señalizan el acceso a dependencias, trámites o programas particulares.

Si, como sostuvimos en el inicio de este apartado, las facultades constituyen el “espacio real” de la oferta universitaria y hacen tangible la promesa de la marca institucional, sus representaciones digitales presentan diferencias notables en relación a la vinculación con potenciales ingresantes. Mientras que UAI le otorga un protagonismo absoluto –los textos sólo invitan a personas que quieran o soliciten más información–, para Ca. Política el Ingreso es despersonalizado y su presencia visual es menor. Por su parte, Arquitectura no plantea ninguna referencia al ingreso: se describe a sí misma mediante las opciones del menú. En esta misma línea, la Fac. de Derecho y Cs Sociales de UCA no presenta ninguna apelación directa a quienes estén interesados, que deberán buscar intensamente la información necesaria.

3. Las carreras

Entendemos que las carreras son el espacio más cercano a los intereses e inquietudes del estudiantado, constituyendo, probablemente, la habitual portezuela de entrada a las navegaciones, a partir de la práctica cotidiana de “googlear”.

3.1. Periodismo UCA

Un recorrido por la información contenida en diversos submenús nos permiten saber que: la carrera se presenta como

Única carrera de Periodismo de la Argentina acreditada ante el Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Pe-

riodismo (CLAEP), dependiente de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP); el cuerpo docente está mayormente conformado por reconocidos profesionales de los medios de comunicación; se destacan las prácticas profesionales y pasantías para el ingreso de los alumnos al mundo profesional en medios de comunicación; tienen medios de comunicación propios para realizar prácticas internas en radio, diario, televisión y medios digitales; el plan de estudios está actualizado al contexto actual de comunicación y presenta un sólido equilibrio teórico-práctico; se articula con el Ciclo de Comunicación Digital e Interactiva.¹⁴

Pero para llegar a esta información, tenemos que atravesar la primera imagen (Imagen 9) un plano amplio que muestra una sala – ¿un aula, una redacción? – con pantallas de computadoras y personas fuera de foco trabajando en ellas. Sobre esta imagen, un sobreimpreso propone en forma directa “Inscribite”. La invitación es clara, entrá a este mundo, el de la carrera, pero también el de la profesión.



Imagen 9. Captura de pantalla de Carrera (Licenciatura en Comunicación Periodística) UCA.

14. Disponible en <http://uca.edu.ar/es/facultades/facultad-de-ciencias-sociales/carrera-de-grado/comunicacion-periodistica>

3.2.Carreras UAI: Publicidad, Periodismo, Diseño Gráfico, RRPP

Cada una de las carreras que ofrece UAI tiene una página propia, organizada de manera similar a la página de la facultad: un banner con una fotografía de estudiantes realizando alguna actividad vinculada a la carrera y sobreimpresos con información muy puntual: años, modalidad, títulos, etc. La disposición y las características visuales son semejantes, permitiendo unificar la identidad de la marca. Debajo podemos encontrar la misión de cada una, perfil profesional y ejes socioprofesionales y epistémicos (Imágenes 10 a 14)

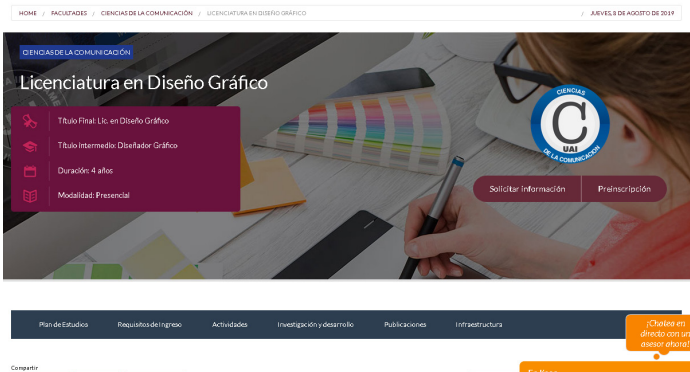


Imagen 10. Captura de pantalla de Carrera (Licenciatura en Diseño Gráfico) UAI.

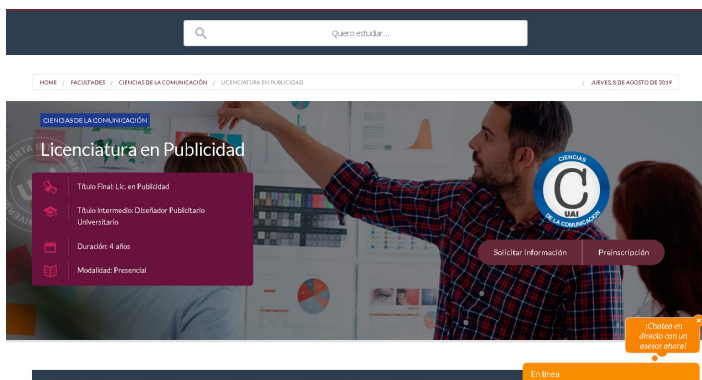


Imagen 11. Captura de pantalla de Carrera (Licenciatura en Periodismo) UAI.

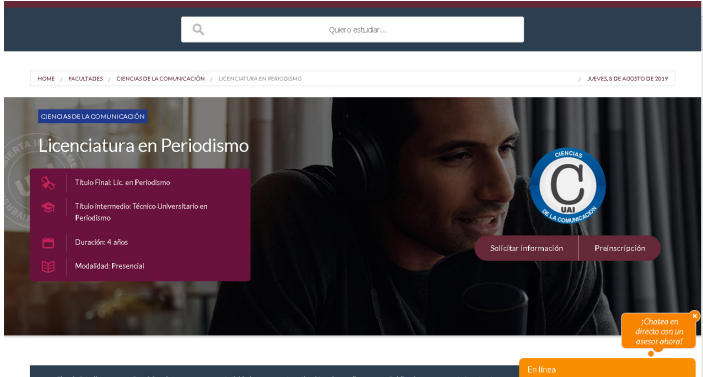


Imagen 12. Captura de pantalla de Carrera (Licenciatura en Publicidad) UAI.



Imagen 13. Captura de pantalla de Carrera (Licenciatura en Producción y Realización Audiovisual) UAI.

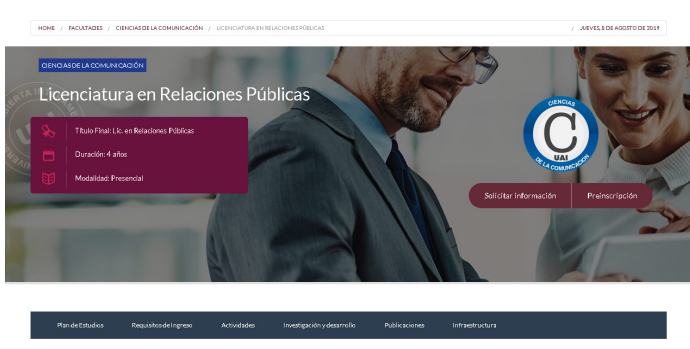


Imagen 14. Captura de pantalla de Carrera (Licenciatura en Relaciones Públicas) UAI.

Las fotografías insertas representan a alumnos y alumnas realizando actividades vinculadas al ejercicio de cada una de las profesiones: hay más varones que mujeres, son muy jóvenes, de raza blanca y vestimenta formal. Vale señalar que el modo de aludir a las prácticas profesionales presenta cierto desfase epocal con las herramientas y rutinas actuales.

3.3. Licenciatura en Comunicación Social. UNR

Las búsquedas en Google permiten a personas que buscan información sobre la carrera sortear la dificultad que supone saber –o no saber– que esta carrera se aloja en la Facultad de Ciencia Política y RRH. Los motores de búsqueda pueden depositarlas directamente en la antesala de la carrera. Una vez allí, encontrarán que la sección del sitio perteneciente a la Escuela de Comunicación Social organiza la información en tres columnas, utilizando la primera para exponer “Novedades” –noticias del devenir cotidiano, cuestiones de agenda o de cambios reglamentarios–, dejando en la segunda columna (y por lo tanto en un lugar topológico secundario) la información, mucho menos variable, de las carreras que aloja.

La Licenciatura se presenta como una carrera que

*tiene por finalidad formar graduados capacitados para intervenir con solvencia teórica y práctica, y con discernimiento crítico, en el análisis, planificación y gestión de los diversos procesos de comunicación social.*¹⁵

El texto institucional está acompañado por fotografías de banco de imágenes que representan grupos de jóvenes, agrupados en poses rígidas y estereotipadas, poco representativas de la realidad universitaria en general y de la carrera de Comunicación en particular. (Imagen15)

15. Disponible en <https://fcpolit.unr.edu.ar/comunicacion/>



La Licenciatura en Comunicación Social tiene por finalidad formar graduados capacitados para intervenir con solvencia teórica y práctica, y con discernimiento crítico, en el análisis, planificación y gestión de los diversos procesos de comunicación social.

Asignaturas

Imagen 15. Captura de pantalla de Carrera (Licenciatura en Comunicación Social) UNR

Desde allí se puede acceder a la información detallada del plan de estudios de la carrera, coronado por un ícono estilizado y muy utilizado en diferentes sitios y piezas de comunicación para la representación de redes sociales: un estereotipo.

Además del plan de estudios los interesados pueden acceder a cada asignatura con su programa, comisiones disponibles con horarios. La información es abundante y disponible: cualquier aspirante a ingresar en Comunicación de la UNR tiene a su alcance mucha y muy completa información para tomar sus decisiones. Puede, incluso, inscribirse sin pisar la institución hasta el día de entrega del formulario SUR¹⁶.

16. Formulario de inscripción para el Ingreso a la Universidad.

3.4. Postítulos

En el presente trabajo, la alusión a los postítulos solo estuvo motivada por el hecho de que pueden representar una alternativa de formación para estudiantes que ya hayan cursado una formación terciaria y pretendan acceder a un título universitario, pero no hemos hecho especial hincapié en las estrategias que a ellos se dirigen. Entendemos que este público es un tipo particular de ingresante a la vida universitaria, con otros recorridos y otras experiencias.

El Postítulo en Comunicación Visual que se desarrolla en la Facultad de Arquitectura, Planeamiento y Diseño brinda información escueta, de índole académico-administrativa y no utiliza imágenes figurativas.

El Postítulo y Licenciatura en Periodismo y Comunicación de la Fac. de Ciencia Política, tiene una mención textual en la página de dicha facultad que abre a una página propia con narrativas y estéticas propias, muy diferenciadas.

Las personas *en su sitio*. Algunas reflexiones.

Las descripciones precedentes permiten vislumbrar bastante más de lo que vemos. La arquitectura de cada sitio, los lineamientos estéticos, las imágenes utilizadas hablan del modo en que cada marca institucional –y las universidades no son excepción– imagina a sus públicos y construye vínculos con ellos.

Como ya detallamos, las decisiones textuales difieren notablemente, incluso en el interior de cada una de las páginas universitarias. En el caso de UAI, home, contacto, y páginas principales de Facultad y Carreras se dirigen a quien recorre el sitio utilizando el voseo y el presente imperativo, especialmente en el inicio y contacto. Para hablar de sí misma, tanto la carrera como la facultad lo hacen en tercera persona. En los espacios que requieren participación activa de quien navega, utiliza formas en primera persona (“Mi UAI”; “Quiero estudiar”).

UCA, por su parte, alterna entre la tercera persona y el nosotros inclusivo para referirse a la Universidad (“nuestra”). La utilización de vocativos sólo refiere a ingresantes (“Inscribíte”, “Elegí tu carrera”; y se encuentran sobreimpresos en tamaño pequeño y sutil).

En el caso de UNR, en todos los niveles de páginas, los textos están formulados en tercera persona y en tiempo presente.

De alguna manera, las instituciones de gestión privada –ambas con una política comunicacional centralizada– manifiestan la voluntad de hablar directamente a los ingresantes, incluso de priorizarlos por encima de quienes ya forman parte de la comunidad (alumnos y alumnas de años superiores, otros claustros, etc.): con diferente intensidad todas las señales, todos los atractores están orientados a un visitante que no conoce la institución y al que se invita a entrar.

Por el contrario, UNR, aún en la dispersión de enunciadores –recordemos que las páginas de cada facultad y de cada carrera presentan una notable autonomía en relación al sitio de la universidad– no manifiesta una preocupación especial por los recorridos que puedan o deban hacer quienes aspiran a ingresar, sino que parecen priorizar los itinerarios de sus miembros. Sin embargo, la información disponible para quien encuentre el camino es amplia, abundante y precisa.

Ahora bien, además de los textos, las imágenes que cada institución selecciona y difunde contribuyen a representar de maneras particulares la vida universitaria y sus protagonistas. En general, las fotografías expuestas apuntan a mostrar los espacios donde transcurren las actividades, los equipamientos utilizados y el “modo de vida” que cada institución contiene. Tanto en UAI como en UCA hay una alternancia de grupos de personas con detalles de equipos. En UCA predominan las imágenes del edificio y, entre las personas retratadas, las mujeres son mayoría. Cuando hablamos de mujeres siempre nos

referimos a mujeres muy jóvenes, de raza blanca y vestuarios que manifiestan prolijidad, atención y seriedad.

En UNR, el tratamiento de las imágenes varía según el nivel en que nos situemos; el portal universitario las hace protagonistas, con una actualización constante vinculada a la lógica noticiosa que propone: no hay fotos permanentes, lo que está hoy en primer plano pasará mañana o la semana próxima a un lugar secundario. La UNR se erige así en un generador de contenidos que excede ampliamente a su comunidad interna. Estas imágenes, sin embargo, están protagonizadas principalmente por docentes, investigadores, integrantes de la gestión; escasamente aparecen estudiantes.

En el caso del sitio de la Facultad, la selección de fotografías que muestran la vida universitaria se realiza a partir de una galería de imágenes vinculada a la cuenta de Instagram. Así, cada post publicado allí alimenta una cuadrícula de fotos que también tiene renovación constante.

Cierta paradoja aparece a nivel Carrera: las imágenes que la identifican son siempre las mismas y representan a jóvenes cuya estética nada se asemeja a quienes transitan aulas y pasillos. Imágenes de mujeres y varones –exactamente la misma cantidad– de belleza hegemónica, misma edad, ropa sin rasgos personales (casi uniformes) (Imagen 16). Basta comparar estas imágenes con la grilla de Instagram antes descrita para saber que no pertenecen a estudiantes de las carreras. Son imágenes que expresan un concepto visual y dan cuenta de un sentido común visual (Caggiano, 2012) dominante –lo paradójico es que esto suceda justamente en la representación de una Carrera de Comunicación Social, en la cual se supone el desarrollo de una experticia crítica sobre los modos de representación. Cabe preguntarse, sin embargo, qué efectos de sentido genera esta imagen en sus perceptores ingresantes, en tanto la distancia simbólica entre estas imágenes y aquellas otras, más espontáneas y documentales de la cotidianidad, tal vez requiera de la experiencia vital para notarla.



Imagen 16. Detalle de la página de la Licenciatura en Comunicación Social, UNR

Es notable que, más allá de las diferencias sutiles que cada marca universitaria imprime a sus estrategias, todas se esfuerzan por hacer visible una construcción amable de la vida universitaria: no hay llantos por exámenes reprobados, ojeras por noches sin dormir, cuerpos acalorados, momentos incómodos. En este esfuerzo publicitario, es coincidente también la construcción imaginaria del estudiantado: más allá de las cuotas de género que pudieran aparecer (UAI muestra principalmente varones, UCA mujeres) sin excepción se trata de jóvenes en edad universitaria promedio, con apariencias heteronormadas (¿sin hijos?) y de raza blanca. Podría tratarse solo de recurrencias curiosas, pero contradicen tanto el discurso inclusivo que todas sostienen, como la observación cotidiana que da cuenta del aumento de estudiantes extranjeros, especialmente brasileños, y estudiantes adultos en las aulas. Invisibilizarles no parece una buena estrategia, ya sea que hablemos desde el punto de vista de la ciudadanía o desde el punto de vista del mercado.

Algunas conclusiones y un colofón fuera de término

Las observaciones desarrolladas hablan de los modos que cada Universidad elige para presentarse públicamente. Las decisiones que antecedieron a cada producto pertenecen a la

dinámica productiva de cada una de ellas y no revisten importancia para nuestro análisis. El resultado de esas decisiones, las “puestas en página” a las que efectivamente nos enfrentamos en tanto navegantes de la red, delinear perceptores, vínculos y recorridos posibles.

Retornando a los inicios de este texto podemos pensar que los umbrales digitales a atravesar, pueden resultar atractivos pero no amigables: correctamente diseñados, prolijamente programados y publicitariamente impactantes, pero dados a exhibir antes que a recibir. Pese a la mentada accesibilidad, la puerta de las Universidades no se abre con facilidad: requiere no solo disponerse a transitar ese umbral sino también reconocerse como persona convocada a hacerlo. Como hemos expuesto, ni las modalidades iconográficas ni las cartográficas de los portales contribuyen a ello.

El tiempo transcurrido desde la construcción del corpus a analizar y la publicación de este texto requiere algunas observaciones. Por un lado, UNR modificó su portal a partir del advenimiento de una nueva gestión; si los cambios realizados implican solo una modificación estética o un cambio sustancial en el vínculo con sus usuarios aún no lo sabemos. Por otra parte, este artículo se cierra al mismo tiempo que se declara en Argentina la suspensión de todas las actividades de la educación formal por la pandemia COVID-19. La digitalización forzosa a la que se verán sometidas todas las instituciones implicará seguramente un replanteo que torne obsoletas muchas de estas configuraciones.

Referencias

Aaker, D. (2010). *Construir marcas poderosas*. Barcelona: Gestión 2000.

Camblong, A. M. (2005). *Mapa semiótico para la alfabetización intercultural en Misiones*. Posadas: Talleres Gráficos La Impresión.

Caggiano, S. (2012). *El sentido común visual. Disputas en torno a género, "raza" y clase en imágenes de circulación pública*. Buenos Aires: Miño y Dávila.

Camusso, M. (2010). El discreto encanto de la interfaz publicitaria. *La Trama de la Comunicación*, 14, 177-191. Recuperado de <https://latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/14>

Casanoves-Boix, J. y Küster-Boluda, I. (2017). Evolución del marketing en la educación superior: el capital de marca educativo. *Esic Market Economics and Business Journal*, 48(1), 95-120.

Costa, J. (2004). *La imagen de marca, un fenómeno social*. Barcelona: Editorial Paidós.

Curubeto, C. P. (2007). *La marca universitaria*. Buenos Aires: Universidad Austral.

Mourad, M. (2013). Conceptualizing Brand Equity in the Higher Education: An Exploratory Study. En A. Rindfleisch, y J. Burroughs (eds.), *Challenging the Bounds of Marketing Thought*, pp. 263-266. USA: American Marketing Association.

Reviglio, M. C. (2013). El umbral semiótico como clave de análisis del ingreso a la universidad. En *Semeiosis: semiótica e transdisciplinaridad en revista*, (63). Recuperado de <http://www.semeiosis.com.br/u/63>

Semprini, A. (1995). *El marketing de la marca: una aproximación semiótica*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Verón, E. (1987). *La Semiosis Social*. Barcelona: Gedisa.

Verón, E. (2012). Prólogo. En M. Carlón y A. Fausto Neto (comps). *Las políticas de los internautas*, pp 9-14. Buenos Aires: Editorial La Crujía.

Jóvenes, interfaces y retóricas: las formas de enunciación de los jóvenes estudiantes en el marco del programa 'Conectar Igualdad'

Jovens, interfaces e retóricas: As formas da enunciação de jovens estudantes no âmbito do programa 'Conectar Igualdad'

Eduardo Pelosio

Fac. de Cs. de la Comunicación – UNC
epelosio@gmail.com

Naimi Furlan

Fac. de Cs. de la Comunicación – UNC
naimifurlan@gmail.com

Resumen

Presentamos un avance sobre las formas retóricas que permitieron a los jóvenes apropiarse de la cultura mediática y producir sentido en el marco de las nuevas

interfaces que habilitó el programa Conectar Igualdad, pronto a reactivarse en Argentina.

Palabras clave

jóvenes, interfaces, retóricas, cuerpos, mediatización

Resumo

Apresentamos um avanço nas formas retóricas que permitiram que os jovens se apropriassem da cultura da mídia e produzissem sentido no âmbito das novas interfaces que permitiu o programa Conectar Igualdad que vaise a reativar na Argentina.

Palavras-chave

jovens, interfaces, retórica, corpos, mediatização

Todo parece indicar que el nuevo gobierno de Alberto Fernández (Frente de Todos) reactivará el programa Conectar Igualdad (PCI), que fuera desmontado en la gestión de Mauricio Macri (Cambiemos). Probablemente éste sea entonces un momento adecuado para repensar los diversos vínculos que establecieron les¹ jóvenes estudiantes con el programa. Es decir, preguntarse por los modos de apropiación y las retóricas puestas en juego en la interfaz entre la escuela y los medios.

En este artículo vamos a compartir algunos avances de la investigación sobre las prácticas discursivas atravesadas por las TIC de les jóvenes estudiantes del IPEM 185 Perito Moreno de Córdoba capital² durante el período 2014-2017: en el cruce del cambio de gestión del gobierno nacional y del cambio del soporte tecnológico (de las netbook a los celulares).

Lo hacemos como parte del equipo de investigación establecido en la Facultad de Ciencias de Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba que aborda el proyecto *Interfaces de la cultura contemporánea: Jóvenes, medios y cuerpos en tensión*³. A partir de esta ubicación nos permitimos un encuadre conceptual y un diálogo con temáticas debatidas en el coloquio 2019 del CIM – Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (Facultad de Ciencia Política RR.II. – Universidad Nacional de Rosario).

Un marco conceptual

Nos proponemos identificar las particularidades de distintas producciones con las que las juventudes buscan comunicar y

1. A lo largo de la escritura recurrimos al lenguaje inclusivo, y en particular optamos por el uso la “e”, para evitar el masculino universal y otras denominaciones sexuadas.

2. Escuela secundaria con orientación en comunicación cuyos estudiantes provienen de barrios de clase media baja y sectores populares.

3. Dirigido por Tamara Liponetzky y Paula Morales, asesorado por Ana Beatriz Ammann. (Secyt, Facultad de Ciencias de la Comunicación - UNC, 2018-2021).

establecer -en los intersticios donde el poder se constituye- la posibilidad del cambio y de una voz propia, las luchas por la visibilidad y el deseo de articular con otros colectivos sociales.

Las políticas educativas en cruce con los procesos mediáticos configuran una trama donde se inscriben las prácticas de los jóvenes y su intertextualidad con la cultura hegemónica. En este contexto, y considerando la mediatización como un encuadre de la producción y el reconocimiento, nos preguntamos de qué forma los jóvenes hacen sentido, qué modalidades adquieren sus prácticas discursivas en los diversos escenarios sociales y en qué interfaces se articulan.

La mirada sociodiscursiva y sociocultural sobre los jóvenes nos permite situar su valor social y experiencial en la cultura, entendida como el “conjunto de los intercambios de signos y de valores mediante los cuales los grupos sociales se representan a sí mismos y para otros, comunicando así sus particulares modos de identidad y de diferencia” (Richard, 2005, p.185).

El fenómeno de la disputa por el sentido socialmente reconocido y aprehendido se configura en la tensión entre dos polos de producción discursiva: en los centros de poder circulan discursos hegemónicos y políticas culturales para producir sujetos gobernados a través de instituciones y discursos. Mientras que algunas prácticas discursivas juveniles proponen otras sensibilidades estético-políticas.

Para abordar estas prácticas discursivas asumimos el concepto de interfaz en su dimensión cultural y simbólica que opera “no sólo como un espacio entre, sino que reconstruye y altera las identidades” (Valdettaro, 2007, p. 215), creando un verdadero espacio productivo, de transformación. De este modo, destacamos que nuestra interpretación del concepto interfaz desborda su acepción asociada al soporte técnico -ampliamente utilizada en el campo de la informática- para asumirla desde una mirada semiótica y una preocupación por los complejos procesos de vinculación que allí se establecen (Verón,

2013; Scolari, 2017; Valdetaro, 2007). Pensamos la interfaz como una clave interpretativa para abordar los mecanismos específicos que modelizan la mediatización.

A partir de la constatación de que la mediatización es un fenómeno global pero que “opera a través de mecanismos diferentes según el sector de la práctica social que afecta y produce en cada sector efectos diferentes” (Verón, 2001, p. 42), postulamos que es pertinente considerar la articulación de las interfaces que se establecen en una triada entre los sujetos juveniles, el sistema de medios y diversas instituciones como la escuela, la familia, el club y la comunidad barrial.

En una exploración compatible con esta mirada, José Luis Fernández (2017) propone repensar el concepto de mediatizaciones a partir de tres fenómenos o series (y no dos como en la descripción clásica de Verón): lo tecnológico, los *géneros* y *estilos* que se registran y los usos a los que se aplica cada mediatización.

En relación a la segunda serie, entendiendo que las trayectorias y estrategias de los practicantes de la cultura expresan tensiones y disputas frente a los discursos hegemónicos, consideramos que es posible reconocer estas tensiones en retóricas y formas de enunciación estético-políticas.⁴ Dichas tensiones se expresan transversalizadas por la condición etaria, de género, de clase e inscripción territorial.

Nos interesa poder ver cómo las juventudes expresan resistencias, desvíos, disidencias e interrogantes y cómo sus prácticas logran problematizar lo establecido, incorporando otras lógicas que lo desnaturalizan, proponiendo diversos escenarios y dispositivos enunciativos.

4. La Retórica codifica modos de relación entre signos o enunciados, que son adecuados para referirse a las cosas de manera novedosa suscitando asociaciones inesperadas que enriquecen la visión de la realidad (Barei y Rinaldi, 1996). Esta perspectiva permite una mirada renovada de la utilización de las figuras del discurso retórico.

En tanto soportes significantes, los cuerpos juveniles han sido sistemáticamente estereotipados y estigmatizados. Al mismo tiempo los cuerpos en el territorio adquieren una significación particular cuando son tomados en relación a sus trayectorias personales, políticas y educativas.

El cuerpo no es considerado aquí como *lugar de paso* del sentido sino que, como toda interfaz, lo produce, altera y transforma. Su expresión es por momentos aberrante, excesiva, provocadora, y altamente placentera para los jóvenes. El cuerpo juvenil se encarna en la enunciación, pone toda la materialidad (física) al servicio del acto y con él del movimiento. Con esa fuerza pone en diálogo experiencias *en* y *con* la escuela, el barrio, los medios de comunicación y la propia condición juvenil. Como toda práctica situada, *poner el cuerpo* en cada uno de esos escenarios es ya una práctica mediatizada.

En lo que sigue presentamos algunos ejemplos de cómo las nuevas interfaces conformadas en torno a las actuales dinámicas de la mediatización permiten diálogos complejos entre la cultura mediática y las retóricas que los jóvenes utilizan para expresarse.

Las retóricas de los jóvenes en la revista *El Glaciar+* en el entorno del PCI⁵

Más allá del debate todavía presente sobre su rol pedagógico, constatamos que uno de los efectos más notorios de la irrupción de PCI en las secundarias de Córdoba a partir de fines de 2012 fue la legitimación de la presencia de la cultura mediática en la escuela a una escala nunca experimentada hasta entonces. El PCI, en tanto dispositivo técnico comunicacional, habilitó el despliegue de interfaces entre la escuela, el barrio y los medios y permitió experiencias como la revista *El Glaciar+* (*augmentado*). Revista escolar dirigida a la comunidad y al barrio

5. Apartado redactado en base al proyecto de tesis de doctorado *El discurso multimedia de los jóvenes en la interfaz escuela/medios*, de Eduardo Pelosio.

cuyo rasgo principal es la incorporación de códigos QR para vincular el material gráfico (notas, ilustraciones, diseño) con producciones multimedia afincadas en la Web (GIF, historietas digitales, videos, etc.).⁶

Consideramos posible explorar la modalidad y los estilos en que la discursividad juvenil se expresa mediante estas interfaces a través de varias formas de enunciación o figuras clave.

Creemos, siguiendo a Barei, que todos los lenguajes de la cultura, el cotidiano, el de los medios, la publicidad y el arte “se corresponden con formas de cognición y con retóricas ideologizadas de la comunicación social: percepciones e inferencias que se refieren al mundo y a los sujetos” (Barei, 2008, p. 21) Algunas formas de enunciación incorporadas a las gramáticas juveniles nos permiten apreciar construcciones diversas de sentido respecto de una cultura hegemónica.

Distinguimos en particular al remix, la parodia, la hipérbole, el anclaje y la performance. Estas figuras no agotan las múltiples posibilidades de producción de sentido, pero las consideramos suficientemente significativas para describir el particular dispositivo cultural que se constituye en relación a *El Glaciar+*.

También incorporamos algunas reflexiones de los jóvenes en relación con sus propios enunciados multimedia⁷, que sugieren matices y acentuaciones para complejizar nuestra mirada analítica.

El remix

Es un desarrollo reciente asentado fuertemente en la Web, a partir de la combinación de materiales mediáticos especialmente del cine, la TV y el video-clip. Se origina en la práctica de los disc-jockey o DJ en la década de los '70 cuyo arte consiste

6. Para acceder al espacio digital de *El Glaciar+* en sus diversas ediciones: <http://elglaciar2014.blogspot.com/>; <http://elglaciar2015.blogspot.com/>; <http://elglaciar2016.blogspot.com/>; <http://elglaciar2017.blogspot.com/>

7. Entrevistas realizadas en el período 2014-2017, y realizadas en el marco del proyecto de investigación mencionado.

en la selección, mezcla, distorsión y recreación de obras musicales de otros autores, para crear un sonido propio que se considera una obra en sí misma.

La imagen digital permitió que este proceso se combinara con la producción de videos experimentales hogareños que rompieron el corsé de la cinta de VHS. Con la rápida expansión de YouTube y otras plataformas a partir de 2005, esta práctica consolidó su popularidad entre los jóvenes que adoptaron el remixado como una forma básica de expresión.

Si bien el remix no está reconocido por la academia como género discursivo, su abundante presencia entre las prácticas juveniles tanto de visionado como de producción en la última década nos excusa de otras consideraciones.

Para ilustrar esta figura consideramos algunos GIF animados presentes en la revista. En ellos el punto crucial de la significación se produce por la dinámica circular característica de éstos. El bucle o rulo, en inglés *loop*, o el volver a empezar continuamente, subraya la acción y permite combinar el carácter icónico con el indicial (movimiento y dirección del movimiento) del GIF como signo. No es lo mismo que un micro video cuya gramática es lineal y secuencial.

En *DJ (Disc-Jockey)* la imagen es el resultado de la combinación entre un ícono cultural global con otros íconos que hacen referencia a la cultura popular cordobesa. (Imagen 1)



Imagen 1. DJ (<https://bit.ly/2tUhtTI>)

La Imagen dominante del cuadro es la del disc-jockey con su remera tres cuartos y su gorra de beisbolista haciendo girar las bandejas. Pero, una vez iniciada la animación, el centro de atención se traslada a las imágenes de los cantantes de cuarteto más populares (La Mona Jiménez y otros) que se desprenden continuamente de la bandeja giradiscos.

Este GIF da cuenta de una transformación del género cuarteto resultado de su masificación y legitimación social. Rompe los límites del “baile” (fiesta en club de barrio popular) como lugar dominante de disfrute y práctica, que mantiene aún hoy cierto tufillo clasista y marginal, para ocupar un espacio reservado a la música electrónica y el hip hop.

La imagen animada se constituye también como la versión gráfica de varios remix y mashup creados por les DJ en las fiestas y sesiones de música entre el cuarteto, la electrónica y otros géneros musicales.

Ayelén y Karen son las autoras y lo dicen así: “Mostramos la música de Córdoba. El DJ mueve la bandeja y salen las caras de los músicos de aquí, lo que escuchan los chicos. Es como

mezclar las dos clases de jóvenes en un solo GIF. Los estilos pueden dividirnos. Viene uno y decís: *Mirá ese chetito!* o *Mirá ese rocho!* Somos prejuiciosos, pero en el curso, en la escuela, compartimos sin problemas”.

El anclaje

Esta Imagen puede ser descrita como un modo particular de remixado. Un modo donde temáticas o figuraciones globales encuentran un forma particular y local de expresarse, con lo que se cargan de un sentido que muchas veces excede el sentido original (y en algunos casos lo contradicen e impugnan). (Imagen 2)



Imagen 2. Chicas SMS (<http://goo.gl/ZdwNO8>)

En *Chicas SMS* vemos un mundo cerrado entre ellas y sus móviles. Se constituye como una metáfora posible de un tipo de comunicación que se abre y se cierra al mismo tiempo. La postura de los cuerpos nos remite al meme de los monos cuyas manos los convierten en ciegos, sordos y mudos. Pero aquí el centro de atención de las alumnas es el móvil, es el medio para comunicarse reiteradamente en el bucle que da sentido al cuadro.

Lo hacen mediante mensajes de texto, aunque su contenido se nos presenta con la gráfica del diálogo en la historieta, es

decir el globo. En el registro verbal hay índices del modo de comunicación con mensajería digital (uso de “q” en lugar de “que”) y la jerga propia de le joven cordobés (“ve voo...” por “vos ves”).

En todo el cuadro el marco es la escuela, con el pizarrón al fondo y la bandera con los nombres de les alumnes que forman parte de la división.

En una síntesis de dos de los discursos que pueblan el espacio escolar, Axel y Agus, quienes son les autores, dicen: “Queríamos interpretar que las chicas están juntas, unas al lado de la otra y se hablan... por celular. ¡Ya no se usa tanto hablar! Nos comunicamos con una foto: lo que pasa en el momento” (Imagen 3)



Imagen 3. Flaco (<https://goo.gl/gMY2jH>)

En *Flaco*, el remix y el anclaje se expresan en la particular mixtura de estilos de ser jóvenes que les autores de este GIF en-

cuentran posible en su cotidiano. El movimiento y el bucle dan cuenta del cambio permanente y la oscilación en asumir distintos estilos y roles en el mismo momento.

María nos remite al proceso de creación: “En la sociedad se ve que hay varios estilos de jóvenes, quería mostrar tal cual como lo vemos”. Y Axel completa: “Vimos ese mismo GIF de la gente caminando pero en la evolución de la moda y no había uno de los estilos, pusimos cuatro o cinco modos distintos que se dan juntos. Aparte estuvo buenísimo editar”. María: “Claro, no encontrás tu forma de ser y vas cambiando, vas probando y buscando”. Axel: “¡Es la adolescencia misma!” (Imagen 4)



Imagen 4. La leny (<http://goo.gl/Wfh4nH>)

La historieta digital es una secuencia gráfica que inicia en papel y continúa en el móvil mediante un código QR. Pasa de una interfaz a otra. En esta elección hay una razón de espacio físico: resultaría imposible publicar en papel la mayoría de las historias gráficas. Pero también hay una invitación a realizar un recorrido donde no están todas las cartas sobre la mesa. La promesa del papel solo puede ser cumplida en el terreno incierto de lo digital.

En *La leny*: aparece una oscilación entre al J y la I que nos marca un acento: la transformación de Jennifer con su connotación norteamericana y *cool* (como en Jennifer Aniston) en “La leny” con su acento cordobés y popular.

La leny ocupa un lugar marginal y contestatario en la escuela. Su vida personal se centra en la relación violenta con su novio.

Ella sufre constantes agresiones físicas y verbales y es puesta en un lugar de peligro. Pronto llega el momento de decir “basta” y buscar el apoyo de su mamá, que es joven y parece otra adolescente antes que una adulta (sin marcas diferenciales).

Rompe su relación como un gesto de autoafirmación, pero vuelve a ser despreciada y no hay castigo ni final feliz. El último cuadro postula la continuidad de la historia: la leny es rebelde y continuará siéndolo. Se rompen parcialmente con ciertos estereotipos que suele marcar el folletín y la historieta. Está mucho más cerca de la realidad de una piba de clase popular.

Rocío nos cuenta el proceso de producción: “La profe nos propuso hacer una historieta y onda que yo quería meter humor y la profe insistía con una temática de la violencia, el bullying, todo eso y se nos ocurrió hacer una mezcla”.

“Al principio -aclara Rocío- la habíamos hecho rockera (La Sira) porque queríamos una chica rebelde y que tenga problemas en el noviazgo, pero después surgió la leny. Me puse a pensar que no estaba bueno que siempre el rockero sea el malo, el rebelde... Y en parte era un querer salir de ese estereotipo: que vos veas a una persona vestida de negro con tachas y decís: esta se debe mandar todas... las mil y una. En cambio la leny es un ejemplo que siempre encontramos en los colegios y también adopta actitudes rebeldes, a veces actitudes buenas. *La leny* es una brasa, con sus ojos pintados con el turquesa y los *piercing*, es una wachituro”.

La parodia

La parodia cuenta con una gran tradición en las producciones audiovisuales. Es una obra que caricaturiza o interpreta con humor otra obra, un autor o un tema mediante el uso de la ironía y otros recursos. De modo que el autor, según los términos bajtinianos (1999), habla con una palabra ajena pero entrando en conflicto con el sentido original. Como género, la parodia reconoce antiguos caminos desde la literatura y el teatro de la Grecia y Roma clásicas, el carnaval y la literatura de cordel en

la Edad Media y se mediatiza ya con los comienzos del cine, el cómic y luego con el sketch televisivo.

David Buckingham señala que la parodia suele ser uno de los primeros géneros en el que les jóvenes expresan su creatividad. En sus palabras: “La parodia podría considerarse el fenómeno posmoderno por excelencia. Descansa en una especie de doble rechazo: de la fijeza del significado y de la seriedad de la autoría” (2005, p. 258). El crítico inglés señala que al mismo tiempo la industria mediática ha utilizado este género para sus propios productos por lo que les jóvenes corren el peligro de volver a caer en la simple reproducción.

La forma paródica implica el conocimiento de la obra original por parte del lector/espectador para que el efecto de sentido sea posible. En este aspecto es necesario destacar que el conocimiento de la obra parodiada puede ser incompleto, parcial e incluso difuso y genérico (una referencia al background o humus cultural) y por tanto producir efectos de sentido diversos. (Imagen 5)



Imagen 5. Romeo, Julieta y Caperuza (<https://youtu.be/CMX1RahSWRs>)

Romeo, Julieta y Caperuza es una parodia donde los personajes clásicos de Shakespeare despiertan luego de un largo sueño

en la Córdoba del siglo XXI, fruto de una pócima fallada. Al explorar la ciudad encontrarán a Caperuza, quien viene de una experiencia similar y los ayudará a adaptarse a este nuevo mundo, pero desatará tensiones afectivas.

Juli y Melina nos dan su mirada sobre la producción: “Charlamos hacer como Cortázar que cambiaba los finales de los cuentos”. “Habíamos visto Romeo y Julieta en literatura y se nos ocurrió que estaría bueno hacer un final feliz, no trágico. Después quisimos poner otros personajes y pensamos en Caperucita y la Bella durmiente, como en un sueño” (Melina). “Con las cosas que están pasando últimamente y las mentes que son más abiertas pensamos en que se vayan los tres juntos enamorados por así decirlo. Hay gente que no lo entiende y otros que sí” (Juli). “Hay dos chicas en el grupo que por religión no les gustaba que Julieta y Caperuza terminaran juntas, de la mano abrazadas o una mirada. Entonces por eso es que el final queda así, como que le falta algo, yo siento que le falta algo” (Melina).

La hipérbole

La forma hiperbólica es de una manifiesta desproporción, una exageración, por exceso o por defecto en las dimensiones habituales de un objeto o proceso. En los aspectos no mediáticos esta figura puede reconocerse en los gritos y gestos ampulosos que caracteriza la forma de expresarse de un significativo número de jóvenes en la escuela y probablemente en su hacer cotidiano. En lo mediático podemos reconocer el gusto por los blooper y los GIF que basan su comicidad en accidentes y torpezas. (Imagen 6)



Imagen 6. Poke (<https://bit.ly/36YMvll>)

En *Poke* también hay remix y anclaje. Agustín y Joaquín son los autores y nos cuentan: “El PokemonGo estaba de moda y pensamos hacer una gilada. Quisimos dar un mensaje. La gente con el jueguito no se daba cuenta de lo que pasaba alrededor de cada uno. En el GIF sale Agustín tratando de romper la bola y la bola lo rompe a él. No sé cómo se nos ocurrió porque tenemos poca imaginación y somos cero en tecnología”.

La performance

Puede describirse como la acción que transforma la obra de arte en un acontecimiento, donde todos los participantes están involucrados y la producción-recepción se dan en el mismo espacio/tiempo. Los cuerpos de los jóvenes estudiantes pueden convertirse en interfaces para compartir sentidos, emociones y contactos a la luz de variadas retóricas.

El evento para presentar públicamente *El Glaciar+* adquiere un alto carácter performático. No hay himno, formación, bandera ni otras marcas de un acto académico tradicional. La escuela cambia de tono. En un acto/fiesta con breves actuaciones y varias coreografías musicales ejecutadas por los jóvenes quienes resultan actores y espectadores alternativamente. Allí se presenta la remera que lucen los pibes en el barrio y la escuela

con la estampa del QR que permite el acceso a la dimensión digital de *El Glaciar+*. (Imagen 7)



Imagen 7. Acto/fiesta de presentación de *El Glaciar+*

Los ensayos comienzan un mes antes y durante ese período se constituyen como una actividad cotidiana que ocupa todas las horas libres, los espacios disponibles y los tiempos que les profesores permiten con complicidad.

De la fiesta participan alumnos, amigos, padres, profesores y vecinos. *El Glaciar+* se “encarna” en los jóvenes y se vuelve parte de sus identificaciones.

Seguir pensando

Nos encontramos lejos de poder presentar resultados a modo de conclusiones. Sin embargo creemos que esta primera aproximación a las formas y modalidades discursivas de los jóvenes situados en territorios específicos mediante las diversas interfaces que les vinculan a los procesos de mediatización habilitan caminos posibles para estudiar sus procesos de producción de sentido, sus resistencias y diversidades.

Poner el foco en las retóricas que intervienen en las apropiaciones, disidencias y matices de sentido de los jóvenes nos permite esquivar una visión determinista de las plataformas mediáticas y redes sociales en Internet, a la vez que reafirmar la materialidad de la producción de sentido.

Referencias

Bajtín, M. (1999). *Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI Editores.

Buckingham, D. (2005). *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona: Paidós.

Barei, S. (2008). *Pensar la cultura: Perspectivas retóricas*. Córdoba: Grupo de Estudios de Retórica.

Barei, S. y Rinaldi, N. (1996). *Cuestiones Retóricas: Estética y argumentación*. Córdoba: Editorial UNC.

Fernández, J. L. (2017). Las mediatizaciones y su materialidad: revisiones. En *Mediatizaciones en tensión: el atravesamiento de lo público*, pp. 10-29. Rosario: UNR Editora. Recuperado de: <https://cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros/125/mediatizaciones-en-tension-el-atravesamiento-de-lo-publico>

Richard, N. (2005), Globalización académica, estudios culturales y crítica latinoamericana. En D. Mato (comp.), *Cultura, política y sociedad. Perspectivas latinoamericanas*, pp.185-194. Buenos Aires: CLACSO.

Scolari, C. (2017). *Las leyes de la interfaz*. Barcelona: Gedisa.

Valdettaro, S. (2007). Notas sobre la diferencia: aproximaciones a la interfaz. En *La Trama de la Comunicación, volumen 12, Dossier de estudios semióticos*, Facultad de Ciencia Política, Rosario: UNR Editora, 209-223. Recuperado de: <https://latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/134>

Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma.

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

Cultura erótica en la prensa femenina de los '60: un archivo digital

Cultura erótica na imprensa feminina da década de 60: um arquivo digital

María Laura Schaufler

*Fac. de Cs. de la Educación - UNER - CIM - UNR
mlaura31@gmail.com; archivogensex60@gmail.com*

Resumen

El presente artículo se dirige a divulgar el trabajo realizado en el marco del proyecto de acción de extensión cultural y socio-educativa "Archivo Hemerográfico: Géneros y sexualidades en revistas de la década del '60 en Argentina" (Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de Entre Ríos), que se orientó a producir un archivo hemerográfico digital online que funcione como reservorio cultural y banco de conocimientos accesible.

El proyecto tuvo como antecedente la investigación doctoral: "La construcción del erotismo en revistas femeninas de la década del '60 en Argentina" (Schaufler, 2016; CIM, UNR) y se dirigió a sistematizar y extender

uno de sus resultados referido a la confección de un extenso corpus de artículos sobre los tópicos de géneros y sexualidades, cruciales para investigaciones contemporáneas en estudios culturales, comunicación y cultura.

Palabras clave

archivo, cultura digital, cultura de masas, historia cultural, géneros y sexualidades.

Resumo

Este artigo tem como objetivo divulgar o trabalho realizado no âmbito do projeto de ação de extensão cultural e socioeducativa "Arquivo Hemerográfico: Gêneros e sexualidades em revistas dos anos 60 na Argentina" (Faculdade de Ciências da Educação, Universidad Nacional de Entre Ríos), focada na produção de um arquivo hemerográfico digital on-line que funciona como um reservatório cultural e um banco de conhecimento acessível.

O projeto teve como precedente a pesquisa de doutorado: "A construção do erotismo nas revistas femininas dos anos 60 na Argentina" (Schaufler, 2016; CIM, UNR) e teve como objetivo sistematizar e ampliar um de seus resultados relacionados ao vestuário de um extenso corpus de artigos sobre temas de gênero e sexualidade, cruciais para a pesquisa contemporânea em estudos culturais, comunicação e cultura.

Palavras-chave

arquivo, cultura digital, cultura de massa, história cultural, gêneros e sexualidades.

La investigación en comunicación, los estudios de géneros y la confección de archivos

El uso de archivos puede permitirnos un profundo conocimiento textual y contextual de la historia cultural. Un archivo supone una selección de lo que se conserva y también de lo que no se conservará. Los documentos que componen funcionan así como huellas, testimonios, vestigios que son ellos mismos producidos a través de su interrogación. Un archivo supone entonces un espacio de disputa de sentidos, un lugar donde se preserva la huella de las luchas por la significación.

Si bien la prensa femenina del siglo XX ha sido abordada ampliamente por investigaciones de géneros y sexualidades (Cosse, 2011; Bontempo, 2011; Pauwels, 2010; Dillon, 2011, McRobbie, 1998, Muñoz Ruiz, 2002), la investigación doctoral que confeccionó el archivo¹ se planteó indagar estos materiales desde la construcción simbólica del erotismo en una época de renovación editorial y, simultáneamente, de políticas de censura en el país (Ulanovsky, 1997; Pujol, 2002). En un contexto de producción de discursos signado por una ruptura cultural (Barrancos, 2002, 2007, 2008) frente a los viejos modelos femeninos y masculinos (Preciado, 2010), de pareja (Torrado, 2003), de sexualidad (Cosse, 2010; Cosse, Felitti y Manzano, 2010) y de figuraciones del cuerpo (Traversa, 2007). La década del '60 fue crucial en el siglo XX (Gilman, 2003; Pujol, 2002; Kosak, 2006), como inflexión en los discursos y figuraciones de géneros y sexualidades, que conformaron imaginarios y marcaron las siguientes décadas hasta la actualidad (Preciado, 2010; Cosse, 2006, 2010; Barrancos, 2010; Felitti, 2012). En tal sentido, los artículos, notas, publicidades, novelas que com-

1. "La construcción del erotismo en revistas femeninas de la década del '60 en Argentina" (Schaufler, 2016), tesis de Doctorado en Comunicación Social, CIM, Facultad de Ciencia Política y RRII, Universidad Nacional de Rosario. Disponible en el Repositorio Hipermedial UNR: <https://rephip.unr.edu.ar/handle/2133/8514>

ponen el acervo funcionan como patrimonio de la cultura de masas y reservorio o banco de conocimientos socioculturales, mediáticos e históricos relativos a los géneros y sexualidades.

Todo archivo pone en juego un trabajo de análisis, categorización, ordenamiento y valoración. La estrategia metodológica para la construcción del archivo para tal investigación articuló una trama conceptual en torno a la categoría de erotismo, géneros y sexualidades (Bataille, 2010; Scott, 2000; Butler, 2010; Foucault, 2011) con teorías del discurso (Foucault, 2002; Pecheux, 1978; Arnoux, 2009) y de la semiótica-semiología (Voloshinov, 1929; Barthes, 1977, 1985; Traversa 1997, 2007).

El corpus de artículos resultante se orienta a realizar un análisis de la discursividad social; es decir, no interesa la autoría sino el carácter social, anónimo y colectivo de las significaciones puestas en juego en las publicaciones. Las unidades de análisis se comprenden dentro de formaciones discursivas, de modos de significar un dominio particular (los géneros y sexualidades), desde una perspectiva determinada, situada en el interior de una relación de fuerzas (Voloshinov, 1929) y poseedoras de una dimensión performativa (Butler, 2010), es decir, una capacidad de producir o reproducir prácticas.

Tratando de evitar el postulado de una simple relación determinista entre los textos y lo social, desde este enfoque es posible pensar que todo discurso es un objeto históricamente producido, situado en el tiempo y en el espacio y entretelado con otros; que no refleja simplemente la realidad que enuncia sino que participa en su construcción.

Estas discursividades acerca de los placeres en relación a los cuerpos, la sexualidad y las relaciones amorosas en las revistas femeninas y de actualidad de los '60 comprenden tanto textos como imágenes o figuraciones (Traversa, 1997, 2007), resultados de procesos de semiotización de una cultura y una época determinada. Lo que importa es el carácter estratégico y político de la figuración en el marco de un régimen percepti-

vo, en la lucha simbólica por la definición de un erotismo propio de la especificidad cultural de la época (Schaufler, 2019a).

Cultura de masas en la cultura digital: un trabajo de digitalización

*“pueden formularse nuevas preguntas
utilizando material antiguo”*

Darnton, 1987, p. 11.

Los materiales que forman parte de la historia cultural y de los medios de masas en Argentina corren el riesgo de perderse si no se realiza un esfuerzo por recuperarlos. Si bien una de las notas que distinguen a las sociedades contemporáneas en la era de internet es la disponibilidad y acumulación de la información, muchos materiales caen o continúan en el olvido, pues no se los ha seleccionado como un archivo merecedor de ser resguardado. Tal es el caso de las revistas y la prensa de masas de mediados de siglo que acaban muriendo en cajas o anaqueles carcomidos por la humedad y el paso del tiempo. La digitalización en estos casos puede ser una salida viable a través de la confección de archivos que rescaten estos rastros culturales del pasado, documentos de la historia de los medios.

Nuestra acción de extensión se orientó en una primera instancia a la edición digital y el fichaje del archivo hemerográfico, en conexión con la plataforma web de la Facultad de Ciencias de la Educación y la Universidad Nacional de Entre Ríos, disponible para consulta. Tal trabajo de edición y fichaje fue realizado a través de un equipo interdisciplinario² proveniente de diferentes carreras que se dictan en la Facultad de Ciencias de la Educación (UNER): Licenciatura y Profesorado en Comunica-

2. El equipo estuvo conformado por: Dra. María Laura Schaufler –directora–; Dra. Leila Passerino –codirectora–; Dra. Florencia Rovetto como asesora externa; Lic. Diana Deharbe y Lic. Delfina Belli –graduadas de la carrera de Comunicación Social– y las estudiantes Noelia Schaaf; María Luisina Zitelli; Yamila Suárez; Lucila Cabrera.

ción Social; Tecnicatura en Gestión Cultural y Tecnicatura en Producción Editorial.

Las actividades de confección, producción y promoción del archivo se superpusieron en el tiempo, aunque esto ya estaba previsto imaginariamente, pues la puesta en página del archivo digital requirió actualizaciones durante toda la duración del proyecto. Decidimos comenzar la divulgación aunque el sitio no estuviera completamente finalizado, pues por problemas técnicos que exceden al equipo y que tienen que ver con la plataforma web, debimos reiniciar la confección y continuar corrigiendo errores durante todo el periodo de la acción.

Una invitación a vagar por el archivo

El archivo resultante de este trabajo de investigación se compone de publicaciones del período que cubrían un universo de lectoras amplio y que han sido escasamente abordadas como materiales de análisis por otras investigaciones, a saber:

- la revista *Femirama* de Editorial Codex surgida en 1963;
- *Maribel y Chabela*, surgida en 1931 y 1935 respectivamente, de Editorial Sopena;
- *Para Ti* de Editorial Atlántida, surgida en 1922;
- *Claudia*, de Editorial Abril, surgida en 1957.

En el trabajo de investigación doctoral precedente se seleccionaron como unidades referenciales a “textos e imágenes prescriptivas”, es decir que, sea cual fuere su forma, su objeto principal era proponer una norma de conducta; “textos prácticos” (Foucault, 2002) o performativos, que pretendían dar reglas, opiniones, consejos de comportamiento. Estas unidades formaban parte en la investigación, de cinco géneros discursivos que permitían analizar, en los elementos textuales e icónicos, el espectro de significaciones y de disputas simbólicas acerca del erotismo, los géneros y sexualidades:

- (1) el correo de lectoras o correo sentimental (*Correo del Corazón* y *En voz baja* de la revista *Maribel*, *Secreto de*

Confesión en Para Ti; Los Especialistas Contestan – Cuestiones sentimentales, en Femirama, etc.);

(2) artículos especializados referidos a la sexualidad, en general, a cargo de expertos como médicos o psicólogos;

(3) artículos sobre el amor y los test *confidenciales*;

(4) publicidades que exponen símbolos eróticos destinados al consumo;

(5) notas periodísticas acerca de las vidas privadas de celebridades.

Tal selección se realizó en función de la disponibilidad y acceso a los materiales y apuntó a saturar la variabilidad de las significaciones construidas acerca del erotismo, en relación al cuerpo y los placeres, la problematización del comportamiento sexual y amoroso vinculado al orden de género de época.

Es preciso decir que los materiales del archivo no buscan tipificar el pensamiento de la década sino que sirven para adentrarnos en algunos debates y construcciones de sentido acerca de los géneros y sexualidades que continúan funcionando hasta la actualidad y dejaron su rastro en la cultura erótica. En este sentido, el archivo digital resultante evitó prefigurar un recorrido por los tópicos de análisis construidos por la investigación precedente, para promover otros itinerarios de lectura a través de los nombres de las revistas. De esta manera se buscó incentivar que cada usuario/a/e realice su propia búsqueda temática en función de sus intereses, gustos, inquietudes.

En la década del '60 en Argentina se desarrolló un boom editorial: proliferaron las revistas, y la lectura estaba integrada como práctica de amplios sectores de la población. El archivo digital fue organizado entonces por categorías de revistas femeninas, por ejemplo, *Chabela, Claudia, Cristina, Femirama*, pero también de actualidad como la revista *Gente* que apa-

reció durante la década, y la revista *Life* cuyos artículos sobre sexualidad aun hoy podrían parecernos disruptivos.

Este acervo permite revisar algunos supuestos de la historia de los medios vinculada a los estudios de géneros y sexualidades. Por ejemplo *Maribel*, una revista destinada a sectores de menores recursos, ha sido olvidada en el estudio de la historia de los medios, y es justamente allí donde es posible hallar discursos eróticos, de la sexualidad e incluso feministas; a diferencia de *Claudia*, catalogada como revista progresista y de vanguardia por otros estudios (Cosse, 2011; Ulanovsky, 1997). En tanto que *Para Ti*, revista clásica que nació en los años '20 en Argentina –catalogada por los estudios de los medios como conservadora– sin embargo presenta también discursividades eróticas.

El material digitalizado se compone de textos e imágenes de la prensa de actualidad y de revistas femeninas de la década y busca promover una mirada reflexiva acerca de la configuración histórica de discursividades sociales en torno a los géneros y sexualidades. El objetivo es incentivar el debate y la reflexión crítica acerca del vínculo entre los tópicos de género, cuerpos y deseo y su relación con el campo de la comunicación y la cultura. Los artículos, notas, publicidades, novelas, que lo componen trazan un recorrido aleatorio por algunos debates claves que se dieron en la década del '60 como la anticoncepción, la soltería, el divorcio, que marcaron nuestra historia cultural y nos ayudan a pensar la actualidad.

La extensión del archivo digital

La digitalización, edición y fichaje del material de archivo hemerográfico se realizó con la finalidad de vehicular su acceso y utilización por parte de estudiantes, docentes, investigadores/as, graduados/as/es de comunidades académicas como así también su difusión en espacios de activismo feminista, centros culturales y bibliotecas populares. Para ello se orga-

nizó una acción de extensión cultural y socio-educativa y se gestionó la divulgación del archivo hemerográfico digital online, alojado en el sitio web de la Facultad de Ciencias de la Educación, UNER³.

Un reservorio tal de la cultura de masas de la década del '60 en el país, disponible como banco de conocimientos accesible en la web, puede perderse en el océano digital si no se visibiliza, divulga y extiende. La propuesta se direccionó a divulgar sus usos en bibliotecas, espacios académicos y de investigación, hemerotecas, etc. de la región, con la intención de promover su utilización y lectura, y brindar talleres-debates en torno a las temáticas, recuperando discursos de los '60 para pensar los cambios contemporáneos en materia de géneros y sexualidades. Mediante su presentación y utilización en talleres-debates sobre temáticas de géneros y sexualidades, comunicación y cultura, se apuntó a promover el aprovechamiento del material periodístico histórico sistematizado.

El proyecto procuró potenciar el trabajo realizado en la acción de digitalización y enriquecer la utilización del archivo, a través de un equipo de comunicadoras sociales y gestoras culturales, tanto estudiantes como graduadas, de la Universidad Nacional de Entre Ríos. Se ofreció a diversas instituciones y espacios culturales y académicos de la región una propuesta dialógica de intercambio de saberes y debate de ideas, así como también de extensión de aspectos metodológicos de investigación socio cultural y mediatizaciones, en comunicación social, estudios de géneros y sexualidades, diseño editorial y gestión cultural.

Asimismo, se extendió al público de la región a través de su divulgación en medios de comunicación regionales⁴. El vínculo de extensión con el colectivo de Periodistas Feministas de San-

3. El archivo digital online se encuentra disponible en el sitio: <https://www.fc.edu.uner.edu.ar/hemerotecarf/>.

4. Ver Schaufler, 2019b, c, d, e y f.

ta Fe repercutió en la divulgación del trabajo en la prensa impresa y online de la región: a saber, *El Litoral*, *Periódico Pausa* y *Diario Uno*. La acción de extensión del archivo, de esta manera, amplió las expectativas de divulgación esperadas por el equipo. Entre los resultados no contemplados originariamente en la formulación de la propuesta se encontró la divulgación en medios de comunicación de la región que tuvo el archivo, tanto en la prensa impresa y online.

De esta manera el proyecto gestionó la difusión y extensión del archivo para promover su utilización en tanto corpus para trabajos académicos, periodísticos o de divulgación cultural así como también la organización de talleres-debates en espacios no académicos, abiertos a la comunidad en general.

En el marco académico, la promoción del material buscó potenciar el intercambio de archivos a fin de generar un banco de datos con otras Universidades del país e incluso del exterior. Para favorecer el uso de los materiales disponibles, se organizaron mediaciones y proyectos de trabajo para facilitar la comunicación y apropiación. Se ofreció el material producido como corpus para investigación, material de consulta, fuente periodística u otros fines en eventos académicos pertinentes.

Por fuera del ámbito académico, el equipo se vinculó con espacios de activismo feminista de la región, centros culturales y bibliotecas comunitarias como la *Biblioteca Acción Cultural de la ciudad de Santa Fe* y la *Asociación Civil Barriletes en la ciudad de Paraná*. En organizaciones comunitarias del Litoral se organizó la extensión a través de *Taller-Debate en la Biblioteca Acción Cultural, Centro Cultural CAMCo (Centro de Acción de Movimientos Comunitarios)*, de la ciudad de Santa Fe, en la radio comunitaria, FM, del mismo centro y en la Radio Comunitaria *Barriletes FM 89.3*, de Paraná.

En la *Biblioteca Acción Cultural*, del *Centro Cultural CAMCo*, Santa Fe, se realizó un taller debate presencial abierto a la comunidad, con más de 40 asistentes de diversas edades, oficios

y profesiones. El *Centro Cultural CAMCo*, asimismo, nos abrió las puertas de su radio para trabajar durante una sección del programa las problemáticas acerca de géneros y sexualidades que se exponían en los artículos del archivo. Ambos espacios nos incentivaron a presentar una nueva propuesta de acción de extensión⁵ para realizar más actividades de utilización y aprovechamiento del archivo con el fin de debatir problemáticas de géneros y sexualidades tomando como puntapié la historia cultural documentada en la prensa de los `60.

La posibilidad de trabajar con una selección del archivo hemerográfico tuvo como finalidad abordar problemáticas de actualidad, referidas a las relaciones de género, las sexualidades, la violencia y el orden patriarcal. Todo esto, en un contexto actual donde la visibilización y discusión de estas dimensiones resulta pertinente, el análisis y trabajo con materiales de comunicación que abren el debate e inscriben las disputas de sentido en la historia cultural.

Asimismo un aspecto sorprendente fue el contacto a través del e-mail del archivo⁶ de personas e instituciones de diversas provincias interesadas en su lectura. En este caso solicitamos que los/as/es usuarios/as/es nos comenten sus usos y apropiaciones del archivo, entre los que podemos citar: usos docentes, de investigación, de estudio, para organizaciones de la sociedad civil y de la comunidad en general.

Usos docentes

- *Soy docente de la UNMDP, en el área histórico social de la carrera de diseño industrial, me interesa mucho este material, sobre todo como se manifiesta en la indumentaria.*
- *Estimados he leído la nota publicada acerca del archivo y me gustaría saber cómo poder acceder a ella. Desde ya fes-*

5. Proyecto Acción de Extensión: "Usos de un archivo: abordar la construcción mediática de géneros y sexualidades". FCEdu, UNER, 2019.

6. archivogesex60@gmail.com

tejo el trabajo propuesto por el valor que ofrece a nuestras producciones intelectuales. Saludos cordiales. Surraco Mayka, psicóloga y docente UADER

- *me interesaría acceder al archivo. Soy docente de Sexualidad Humana y Educación en Profesorado de Inicial del Normal 2 en Rosario, Santa Fe y de ESI en el Profesorado de Biología en el ISP N°16. Además doy Seminarios de ESI en secundarios.*
- *soy docente del nivel inicial, este correo apareció en un artículo que estaba leyendo y quisiera saber si es posible que me enviaran el archivo digital sobre genero y sexualidades en revistas de los ´60 en argentina.*
- *estoy cursando maestría en genero y soy profesora de Educación sexual integral desde hace 6 años. Cómo puedo acceder a los archivos?*

Usos de investigación:

- *soy docente en la UNLP y becario CONICET. Estoy estudiando la historia de la educación sexual en la Argentina.*
- *Hola colegas. Felicitaciones por el trabajo que han realizado. Como es posible acceder al archivo? Me gustaría poder usar fuentes en mis clases y también citarlo como archivo de consulta para un libro que estoy escribiendo. Gracias y quedó atenta a sus indicaciones. Saludos, Karina Felitti*
- *soy docente en FCE-UNER y estoy indagando las trabajo que recién se inicia, y me gustaría conocer lo que ustedes vienen investigando.*

Usos estudiantes:

- *Soy estudiante de literatura, en El Colegio de México. Vi en internet un artículo acerca del "Archivo hemerográfico: género y sexualidades en revistas de la década del '60 en Argentina". Yo estoy buscando un cuento que apareció en la revista Femenina, en el número de diciembre de 1967.*

Usos de organizaciones de la sociedad civil – feministas:

- *tenemos desde la ONG de violencia de genero una pagina en Facebook donde hablamos de la historia de las mujeres Argentina, este material seria gran utilidad, muchas gracias. Mary Schlieter. Asociacion civil y asistencial viento de cambios en red.*

Comunidad en general:

- *he accedido a una noticia donde se explica sobre el proyecto "Archivo hemerográfico: género y sexualidad en revistas de los 60 en Argentina" y estoy interesada en poder leer más sobre el mismo. Saludos desde La Pampa. Rodríguez Tamara - Asistente Social - MP 708*

Relatar una experiencia de extensión de investigación

La experiencia de confección de archivo, asentada en una investigación doctoral previa, involucró un trabajo de digitalización por parte de todo un equipo de comunicadoras, con la intención de extender un material hemerográfico que de no ser por esta labor, caería en el olvido.

La región del Litoral no cuenta con espacios de preservación y recuperación de estos materiales de la cultura de masas. Discursos, textos e imágenes, presentes en la prensa de más de 50 años atrás desaparecen si no realizamos esfuerzos de recuperación, y para ello sirven las herramientas digitales y la extensión de su divulgación y uso más allá de los límites de la academia.

El archivo se encuentra disponible en el sitio web de la Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de Entre Ríos, como "Archivo Hemerográfico: Géneros y sexualidades en revistas de la década del '60 en Argentina" y puede ser consultado por cualquier usuario. Asimismo, incentivamos a

quienes utilicen el material allí depositado, a contactarse con el equipo y comentar los usos y apropiaciones del mismo con la intención de enriquecer el intercambio.

Referencias

Arnoux, E. (2009) *Análisis del discurso. Modos de abordar materiales de archivo*. Buenos Aires: Santiago Arcos.

Barrancos, D. (2002) *Inclusión/Exclusión. Historia con mujeres*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Barrancos, D. (2007) "Contrapuntos entre sexualidad y reproducción" en Torrado, S. (comp.) *Población y bienestar en la Argentina del primero al segundo centenario. Una historia social del siglo XX*, Buenos Aires: Edhasa, Tomo I.

Barrancos, D. (2008) *Mujeres, entre la casa y la plaza*. Buenos Aires: Sudamericana.

Barrancos, D. (2010) *Mujeres en la Sociedad Argentina. Una historia de cinco siglos*. Buenos Aires: Sudamericana.

Barthes, R. (2001; Versión original: 1977) *Fragmentos de un discurso amoroso*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Barthes, R. (1993; Versión original: 1985) *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós.

Bataille, G. (2010; Versión original 1957) *El erotismo*. Buenos Aires: Tusquets.

Bontempo, P. (2011) La publicidad de lo íntimo. El Epistolario Sentimental de la revista Para Ti (1924-1933). *Trabajos y Comunicaciones*, 2da Época, ene-dic 2011, N° 37, p.p. 63-85.

Butler, J. (2010) *El género en disputa*. Barcelona: Paidós.

Cosse, I. (2006) Cultura y sexualidad en la Argentina de los 60`: usos y resignificaciones de la experiencia transnacional, *Estudios interdisci-*

plinarios de América Latina y el Caribe, vol. 17, núm. 1, enero – junio. Pp. 39-60.

Cosse, I. (2010) *Pareja, sexualidad y familia en los años sesenta. Una revolución discreta en Buenos Aires*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Cosse, I. (2011) *Claudia: la revista de la mujer moderna en la Argentina de los años sesenta (1957-1973)*, Mora, Buenos Aires [online]. vol.17, n.1 Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-001X2011000100007

Cosse, I.; Felitti, K.; Manzano, V. (edit.) (2010). *Los '60 de otra manera. Vida cotidiana, género y sexualidades en la Argentina*. Buenos Aires: Prometeo.

Darnton, R. (1987) *La gran matanza de gatos y otros episodios en la historia de la cultura francesa*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Dillon, A. (2011) Las representaciones de lo masculino en dos revistas femeninas argentinas, *Cuadernos de Información N° 29*, Facultad de Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica de Chile.

Felitti K. (2012) *La revolución de la píldora: sexualidad y política en los sesenta*. Buenos Aires: Edhasa.

Foucault, M. (2002; Versión original: 1970). *El orden del discurso*. Barcelona: Tusquets,

Foucault, M. (2011; Versión original: 1976). *Historia de la sexualidad. I La voluntad de saber*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Gilman, C. (2003) *Los sesenta / setenta considerados como época, La pluma y el fusil*. Buenos Aires: Siglo XXI. Pp. 35-56.

Kosak, C. (2006) Los 60, en Ricci, P. (et.al.) *Cuando los 60 fueron jóvenes. Literatura y política en la década del '60*. Paraná: Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de Entre Ríos. Pp. 167-169.

McRobbie, A. (1998) More!: nuevas sexualidades en las revistas para chicas y mujeres, en Curran, James; Morley, David y Walkerdine (comps.) *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y con-*

sumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo. Buenos Aires: Paidós.

Muñoz Ruiz, M. (2002) *Mujer mítica, mujeres reales: las revistas femeninas en España, 1955-1970*. Memoria de tesis doctoral. Departamento de Historia Contemporánea. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: <http://pendientedemigracion.ucm.es/BUCM/tesis/ghi/ucm-t26317.pdf>.

Pauwels, F. (2010) *Mujer, cuerpo y sexualidad: un debate con las Defensoras de Lectoras de una revista argentina*, *Diálogos de la Comunicación*, N° 82, Septiembre-Diciembre, FELAFACS.

Pecheux, M. (1978) *Hacia el análisis automático del discurso*. Madrid: Gredos.

Preciado, B. (2010) *Pornotopía. Arquitectura y sexualidad en 'Playboy' durante la guerra fría*. Barcelona: Anagrama.

Pujol, S. (2002) *La década rebelde. Los años 60 en la Argentina*. Buenos Aires: Emecé.

Schaufler, M.L. (2016) *La construcción del erotismo en revistas femeninas de la década del 60 en Argentina*. Tesis doctoral en Comunicación Social. Repositorio Hipermedial UNR. Disponible en: <https://rehip.unr.edu.ar/handle/2133/8514>

Schaufler, M.L. (2019a) *Los sesenta en la prensa argentina: Cultura erótica y feminidades*. Santa Fe: Ediciones UNL.

Scott, J. (2000) "El género: una categoría útil para el análisis histórico", en Lamas, Marta (comp.) *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual*. México: Universidad Autónoma de México, Programa Universitario de Estudios de Género.

Torrado, S. (2003). *Historia de la familia en la Argentina Moderna (1870-2000)*. Buenos Aires: de La Flor.

Traversa, O. (1997) *Cuerpos de Papel. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1918-1940*. Barcelona: Gedisa.

Traversa, O. (2007) *Cuerpos de Papel II. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1940-1970*. Buenos Aires: Santiago Arcos.

Ulanovsky, C. (1997) *Parentes rotativos: Una historia de grandes diarios, revistas y periodistas argentinos*. Buenos Aires: Espasa.

Voloshinov, V. (1976; Versión original: 1929) *El signo ideológico y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Artículos de diarios y revistas en versión web

Schaufler, M.L. (19/09/2019b). El erotismo y la sexualidad en nuestra sociedad. UnerNoticias. Recuperado de: <https://noticias.uner.edu.ar/notas/9549/el-erotismo-y-la-sexualidad-en-nuestra-sociedad->

Schaufler, M.L. (15/06/2019c). Género y sexualidad en los '60. Qué se puede hacer con el amor. *El Litoral*. Recuperado de: https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/199604-genero-y-sexualidad-en-los-60-que-se-puede-hacer-con-el-amor-las-revistas-femeninas-como-fuente-de-investigacion-politica.html

Schaufler, M.L. (09/05/2019d). Género y sexualidad en la prensa de los '60. *El Litoral*. Recuperado de: <https://www.ellitoral.com/index.php/diarios/2019/05/08/politica/POLI-05.html>

Schaufler, M.L. (09/05/2019e). Erótica y sexualidad, ayer y hoy. *Periódico Pausa*. Recuperado de: <https://www.pausa.com.ar/2019/05/erotica-y-sexualidad-ayer-y-hoy/>

Schaufler, M.L. (08/05/2019f). El debate por los anticonceptivos en los '60 tiene que ver con el del aborto hoy. *Diario Uno*. Recuperado de https://www.unosantafe.com.ar/santa-fe/debate-anticonceptivos-60-ver-aborto-hoy-05082019_B14_ipenN

Mediatización de una red/en una red:

el Archivo personal de trabajo de Eliseo Verón como intertexto, interdiscurso e interfaz

Mediatização de uma rede / em rede:

o Arquivo pessoal de trabalho de Eliseo Verón como intertexto, interdiscurso e interface

Gastón Cingolani

IIEAC - UNA

gastoncingolani@gmail.com

Resumen

La segunda etapa de investigación para el tratamiento del archivo personal de trabajo de Eliseo Verón consiste en el análisis de sus especificidades con el fin de evaluar sus condiciones para ser digitalizado y puesto al servicio de la consulta pública en una plataforma. Dicho análisis se organiza bajo una metodología desprendida de la propia teoría de la discursividad creada por Verón: analizando cada uno de los textos hallados, a partir de las dimensiones textuales (materiales) e intertextuales (referencias con variados grados de explicitación), se

busca reconstruir la red de relaciones interdiscursivas en las que habría funcionado cada texto (pieza del archivo) y luego configurar una interfaz que se ofrezca organizada como red a partir de la reconstrucción y reposición de las cadenas de trabajo en las que se insertó cada documento del archivo. En el artículo se retoman y revisan las nociones de intertextualidad y discursividad para delimitar su alcance analítico.

Palabras clave

archivo, red, intertextualidad, discursividad, interfaz

Resumo

A segunda etapa da pesquisa para o tratamento do arquivo pessoal de trabalho de Eliseo Verón consiste na análise de suas especificidades, a fim de avaliar suas condições a serem digitalizadas e colocadas a serviço da consulta pública em uma plataforma. Essa análise foi organizada sob uma metodologia desenvolvida a partir da teoria da discursividade criada por Verón: analisando cada um dos textos encontrados, com base nas dimensões textual (material) e intertextual (referências com graus variados de explicitação), busca-se reconstruir a rede interdiscursiva de relacionamentos em que cada texto (parte do arquivo) teria trabalhado e, em seguida, configurar uma interface organizada como uma rede baseada na reconstrução das cadeias de trabalho nas quais cada documento do arquivo foi inserido. No artigo, as noções de intertextualidade e discursividade são retomadas e verificadas para delimitar seu escopo analítico.

Palavras-chave

arquivo, rede, intertextualidade, discursividade, interface

La muerte del autor, el nacimiento del lector

"...el nacimiento del lector se paga con la muerte del Autor"

(Barthes, 1987, p. 72)

Eliseo Verón en retrospectiva o en reconocimiento: revisar su obra (la publicada y la inédita) ahora que ya esa unidad discursiva-autoral que es o ha sido "Verón (Eliseo)" (Verón, 2004, p. 58) cambió nuestras condiciones de reconocimiento. Leer un autor "vivo" es leer sus textos, últimos, nuevos o incluso primigenios, como en un estado de presente autoactualizante, que se establece no solo por lo que ya es (ya está escrito: la escritura *siempre* es en pasado), sino también por lo que dispara hacia el futuro: se le pregunta al autor, en persona o imaginariamente, por qué sostiene eso, qué quiso decir con aquello, cómo va a continuar su obra, etc. Sus propios textos posteriores son –lo quieran o no– lecturas de su obra previa, es decir, producen nuevas condiciones de reconocimiento incluso *de sí mismo*, aún cuando esta idea parezca contraintuitiva. En cambio, leer un autor *décédé* nos cambia el modo de leerlo, y aquello que parece actual siempre, incluso cuando no es nuevo, ahora cobra un espesor o un punto de fuga en el tiempo, como si se hubiera fijado para siempre. Esta nueva clase de ilusión introduce otras perversiones: la obra de un autor ahora se vierte longitudinalmente, se aprecia como si fuera un hilo o un largo recorrido (la obra publicada de Verón abarcó cincuenta y cinco años en siete décadas diferentes: de 1959 a 2014) que se podría subseccionar por épocas ("el joven Verón, el Verón estructuralista, el Verón sociosemiótico", etc.), y con una narrativa implícita que alberga tensiones, bifurcaciones, *cul de sacs*, insistencias obsesivas, contradicciones, etc. Cuando contamos con material no publicado¹, todos estos úl-

1. Este trabajo se realiza en el marco del proyecto de investigación "Segunda aproximación al archivo de Eliseo Verón: clasificación y análisis de los documentos para desarrollo de archivo digital enriquecido". Directores: Gastón Cingolani y Mariano Fernández. Integrantes: Suzanne de Cheveigné, Natalia Raimondo Anselmino, Oscar Traversa, Sergio Moyinedo, M. Cecilia Reviglio, Manuel Libenson, Francisco Schaer, Carina Perticone, Mariana

timos tipos de recorridos son revisados por si el autor dejó alguna pista, guardada para descifrar alguno de sus caminos no rectos, de sus intercepciones, o hasta incluso comprender el viaje general. El peor de los peligros es el de la búsqueda del sentido último o verdadero de dicha textualidad, aquel que además podría suponer un destino autoral preestablecido. Ese peligro tiene dos lados cortantes: la idea de que un autor es consecuente consigo mismo, ineludiblemente de texto a texto; y la idea de que hay algo como *un autor* que consiguiera liberarnos de otras (in)comprensiones del sentido de los textos.²

Partir de un archivo personal de trabajo para hacerlo accesible al público a distancia (es decir, puesto en línea como material digitalizado), no nos obliga a intentar fijar o encontrar un sentido. Casi al contrario, nos suscita ampliar las redes que conectan textos ya hechos públicos, con otros que o bien han permanecido por diferentes motivos fuera del alcance de lecturas abiertas, o bien con otros con menos trayectos o eslabones en una red que siempre se puede seguir ampliando.

El caso particular del archivo personal de trabajo de Eliseo Verón no solo contiene borradores, informes, notas para la preparación de cursos o conferencias -es decir, material textual de producción propia-³, sino también objetos que expresan

Busso, Irene Gindin, Laura Amarilla, Manuela Güell, Mariana Sztajnmarcker (Cód: 34/0562, Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica, Área de Crítica de Artes, Universidad Nacional de las Artes; -Buenos Aires, Argentina-).

2. No esquivamos la recurrencia al pensamiento posestructural francés (Barthes, 1987, pp. 65-72; Foucault, 1992), pero la broma de Borges (2009, t. I, pp.530-538, t. II, pp. 107-109) sobre los precursores de Kafka [1952] o la de Pierre Ménard [1941] anticipan con precisión no pocos aspectos problemáticos de la función autoral.

3. Hemos recibido en la universidad el archivo tal cual estaba en el domicilio-oficina de su productor, es decir, en forma de un centenar de cajas numeradas y a veces rotuladas, y en su mayoría organizadas en su interior con carpetas conteniendo documentos manuscritos o impresos (una porción menor contenía otro tipo de piezas: CD-Roms, diskettes, cintas de video). Tanto las cajas como las carpetas constituyen conjuntos aproximadamente homogéneos, en función de un tema, un trabajo, un momento, etc. Aun así, casi nunca son totalmente de producción propia o ajena: en cuanto a esto, los conjuntos muchas veces agrupan materiales diversos.

en su factualidad un conjunto de acciones y sucesos que también participaron de sus procesos de trabajo y que no necesariamente se reflejaron de modo evidente en sus obras. Entre esos objetos, se encuentran lecturas (libros, separatas, revistas académicas y especializadas, tesis, informes, proyectos de investigación, recortes de prensa), acuerdos, compras, viajes, entrevistas, audiencias, acciones que se infieren de contratos, facturas, agendas, fax y mails, folletos de hotelería, pasajes, planos de ciudades, programas de congresos, y un largo etcétera. Algunos de estos materiales son híbridos entre acciones y discursos, ya que aparecen intervenidos por anotaciones al margen, subrayados, recortes, agrupamientos en carpetas, broches, etc. Todo ello, como enseguida mencionaremos, además está organizado en cajas que fueron dispuestas y utilizadas por el propio productor del archivo.

Verón, lector de sí mismo

Volvamos a esa particular acción de *lectura* de su propia obra que presupone la producción y publicación por parte del mismo autor. Eliseo Verón, a lo largo de su trayectoria –pero mayoritariamente en sus últimos veinte años–, recopiló trabajos que tenía diseminados en distintas revistas, libros, medios, informes de investigación: las tres ediciones de *Conducta, estructura y comunicación* (todas diferentes: Verón, 1968; 1972; 1995), *Fragmentos de un tejido* (2004), *El cuerpo de las imágenes* (2001), *Esto no es un libro* (1999a), *Efectos de agenda* (1999b), *Espacios mentales* (2002), *Papeles en el tiempo* (2011), son ejemplos claros de este ejercicio de reensamble de escrituras más o menos dispersas, y por ende, de su propia recepción en retrospectiva. Esas recopilaciones hablan de un Verón editor de sí mismo, que ofrece un hilo conductor de lecturas que él encuentra confluyentes en algún punto. Consciente no solo de alguna organicidad entre ellas, sino también de que el universo editorial tiene fronteras lingüísticas importantes, hizo además traducir textos del francés al castellano (*Construire l'événement* [1981] /

Construir el acontecimiento [1983], *La sémosis sociale* [1987] / *La semiosis social* [1988], entre sus libros, además de numerosos artículos) pero jamás a la inversa, como si su “centro” de equilibrio hubiera estado siempre cifrado en su lengua natal.

En su archivo personal, los libros que no publicó nos muestran, por el contrario, un Verón que desmembra: algunos de esos libros vieron la luz fragmentariamente, diseminados incluso en revistas u otros libros. El caso más saliente –hasta donde hemos podido completar la revisión– es el de *Le corps du président* (libro que produjo a partir del seguimiento minucioso en los medios periodísticos franceses de la campaña presidencial de Francia de 1981, y que terminó de escribir en 1985; Verón, 1999b, p. 77), cuya versión llegó a nosotros íntegramente preparada para su entrega a edición e imprenta. Al parecer, no logró suscitar el interés de ninguna casa editorial (Verón, 2004, p. 77), y en los años posteriores fue publicando numerosos artículos surgidos de ese mismo gran texto, varios de ellos en *Efectos de agenda* (1999b).

También ensayó no pocos libros que finalmente no completó: de esto nos vamos enterando por referencias que fue haciendo y también por los hallazgos entre sus papeles de trabajo (*Livre médias / Les sociétés divergentes, Estrategias, actores, mundos discursivos*; y junto con S. de Cheveigné, *Il sait, moi non plus. Sciences et connaissances à l'ère de la médiatisation*; Verón, 1995, p. 348) y en el desaparecido sitio web personal eliseoveron.com, al que subió en versiones digitales algunos de esos borradores (*Mundos paralelos, Le corps du président*).

Transiciones entre mundos

Algo por demás curioso (y, seguramente, provocativo) es el protagonismo de la transición entre mundos que habitualmente no se conectan o que no se intersectan sin inconvenientes. Las trayectorias entre estos mundos a Verón le promovían alguna clase de fascinación.

Como sabemos por sus alocuciones en persona, le encantaba sugerir que transitaba espacios sociales y profesionales que podían mover a la repulsión ajena: desde bibliografía anglófona en el medio académico francés (Verón, 1995, p. 11), hasta el estudio (y también consumo) de producciones masivas en el contexto de científicos interesados solo por objetos “nobles”, pasando por la crítica que recibió muchas veces por brindar servicios de investigación de mercado o de estudios para grupos económicos o políticos poderosos (Verón, 1999, pp. 57-60, 76, 154) o su incomodidad explícita en escribir para destinatarios diferentes (Verón, 1999, pp. 132-140; Ramírez Gelbes, 2015). Pero más allá del goce personal, esto fue tematizado y hasta incorporado como estrategia productiva, tal como parece dejar al descubierto en sus trabajos de los últimos quince años.

En *Efectos de agenda* (1999b) articuló esas transiciones con la alegoría de la agenda como espacio de condensación admisible en el que una disposición presuntamente caprichosa del organizador temporal daba como resultado el encuentro de textos personales, académicos, de estudios de mercado, periodísticos, literarios en una liberadora mesa de disección foucaultiana. La voz en tercera persona, la yuxtaposición de capítulos, las *mamuskas* textuales, entre otros recursos, fueron reutilizados –y motivo de reflexión– en un segundo libro, llamado precisamente *Espacios mentales. Efectos de agenda 2* (2002). En sus últimos años comenzó a tejer hipótesis sobre la transición entre espacios (discursivos, mentales, institucionales). Esta hipótesis abraza la misma fascinación ante la complejidad que aquella otra hipótesis acerca de que entre los discursos no hay linealidad del sentido.⁴ Esta última, como sabemos, es la más importante de su tesis formulada en *La semiosis social* (Verón, 1987) y refrendada por numerosas investigaciones que detalla en *Esto no es un libro* (1999a), *Ethno-*

4. Ambas son complejidades de diferente tipo. Explica muy bien esta diferencia en Verón, 1995, pp. 20-21.

graphie d'une exposition (Verón y Levasseur, 1984) o la tercera parte de *La semiosis social, 2* (Verón, 2013, en especial su revisión en el capítulo 21).

Decíamos que en sus últimos años fue desplegando un interés sobre la transición entre espacios. Precisamente, *Mundos paralelos* es el nombre de un proyecto de libro que no publicó pero alcanzó a escribir, basado en entrevistas a prostitutas de Buenos Aires. La idea de que un individuo se configura como un mundo organizado por trayectorias entre espacios mentales diferentes es la manera renovada en que Verón se interesó en las configuraciones del sentido de los comportamientos y discursos de los individuos. Había trabajado intensamente sobre los individuos en sus investigaciones compartidas con Carlos Sluzki (Verón y Sluzki, 1970; Verón, 2004, pp. 13-26), y que retomó en un inédito, alguna de cuyas versiones se tituló *Estrategias, actores, mundos discursivos. Para una teoría de la mediatización*. La socialización (incluyendo la mediatización) de estos mundos individuales era su próximo destino de trabajo. Gracias a los aportes de Suzanne de Cheveigné y Oscar Traversa, llegó hasta nosotros un texto digital en el que comenzaba su último libro, *Semiosis de los mundos individuales. Teoría de los actores*, cuya imagen de portada y algunos fragmentos publicamos en el anterior ebook editado por el CIM (Cingolani, 2019).

Verón a la segunda potencia: intertextualidad y archivo

Lo que Verón llamó el pasaje de una semiótica de primera generación a una de segunda, estuvo signado por un abandono de la centralidad lingüística y su apertura definitiva a todo tipo de materia significante, reconociendo con ello que los distintos sistemas de producción de sentido no son comparables con ese caso particular de significación que presenta buena parte de la producción verbal. Esta transición, recordémoslo,

tiene otros dos aspectos importantes: la preferencia por una teoría dinámica (como la de Peirce), en detrimento de los principios más estáticos y neutralizantes de sus contextos (como los inspirados por el saussurismo), y el rechazo a los estudios “inmanentistas” que para sus análisis se daban objetos inertes (los textos), sin considerar demasiado sus relaciones con otros textos.

La semiología de ‘segunda generación’ (la de la década de 1970), al tratar de superar un punto de vista un poco estático y taxonómico, comenzó a hablar de producción de sentido por influencia difusa de las ‘gramáticas generativas’: partiendo de los textos, se trataba de reconstituir el proceso de su engendramiento. (Verón, 2004, p. 171)

De allí surge su participación activa en lo que llamaré la semiótica de tercera generación, como aquella que se hace cargo de las relaciones no lineales entre producción y reconocimiento, y que propende al estudio de los discursos en recepción.

En ese marco, la noción de texto sirvió al dispositivo teórico veroniano para señalar la diferencia entre el emergente material de la semiosis (una portada de un diario, el envase de un yogurt, el espacio curatorial de una exposición) y su tratamiento analítico que parte del estudio del entramado de relaciones que el propio analista convoca y reconstruye. Vale decir que “discurso” es el nombre del texto puesto al servicio ya del análisis de la discursividad, es decir, de la red interdiscursiva que es, evidentemente, intertextual.

Probablemente inspirado por la noción de *intertextualidad* de Kristeva de 1969 (Kristeva, 1978) y motivado por la búsqueda de una teoría del sentido social no lineal pero aún en su etapa pre-peircena, Verón introduce este principio relacional en las bases de lo que posteriormente sería su teoría de la discursividad. Estaba implicando algo que a muchos desarrollos que marcharon por la vía pos-saussuriana del sentido les llevó algún tiempo aceptar: la naturaleza inter-textual y discursiva

del sentido social. Si el sentido no es ni inmanente ni trascendente, es decir, si no está “contenido” ni es puro reflejo de algo externo, entonces la “intertextualidad” (Verón, 1974) no solo es condición de posibilidad del sentido, sino que es su modo de ser.

La investigación semiológica debe en consecuencia tener en cuenta no menos de tres dimensiones diferentes del principio de intertextualidad. En primer lugar, las operaciones productoras de sentido son siempre intertextuales en el contexto de cierto universo discursivo (...). Así, por ejemplo, los filmes se codeterminan unos a otros, y el sistema de operaciones propiamente cinematográficas se ha constituido progresivamente a lo largo de la historia del cine. En segundo lugar, el principio de intertextualidad es también válido entre universos discursivos diferentes. (...) En tercer lugar, existe un vínculo intertextual al que no se le ha prestado tanta atención como a los dos primeros. Se trata del papel que cumplen, dentro del proceso de producción de cierto discurso, otros discursos relativamente autónomos, que si bien funcionan como momentos o etapas de la producción, no aparecen en la superficie del discurso ‘producido’ o ‘terminado’. Estos textos mediadores corresponden a menudo a códigos enteramente diferentes de los que determinan el discurso en cuya producción participan, y pueden también implicar materias significantes que están ausentes del discurso que es producido gracias a su mediación. (Verón, 1974, pp. 27-28).

Estos principios de intertextualidad, principalmente los dos últimos enumerados por Verón, comprenden precisamente al caso particular de un archivo como el que estamos elaborando y el análisis que se hace sobre sus documentos. No solo porque establece relaciones “entre universos discursivos diferentes”, sino porque además

tienen que ver con relaciones intertextuales ‘en profundidad’, por decirlo así, puesto que se trata de textos que si bien forman parte de otros textos, no llegan jamás ellos mismos (o llegan muy

rara vez o por canales muy restringidos) al plano del consumo social de los discursos. (Verón, 1974, p. 28)

Verón, en aquel entonces, parecía estar pensando precisamente en estas instancias materiales habitualmente no asequibles al público. Es posible que en ese umbral antecesor de su principal teoría no haya tenido suficientemente consumada su caracterización como “social” de cada discurso *cuando tiene una vida en circulación intersubjetiva* (Verón, 1988, II parte). Es importante señalar finalmente que las condiciones que se reconstruyen, nos ponen frente a un conglomerado de fragmentos organizados espacialmente (cajas, carpetas, páginas), pero cuya temporalidad -la de sus correlatos- como los tipos de correlaciones entre esos fragmentos, es lo que queda por develarse. Esa traducción de la espacialidad en temporalidad y viceversa, y de modalidades de interrelaciones que se van tejiendo, constituyen figuras a procesar y a explicitar. ¿Qué clase de *intertextualidad* (o, como veremos, de relación *transtextual*, de acuerdo con Genette, 1989) mantiene un esquema borrador respecto de un artículo finalizado, o un programa de curso con respecto a su puesta en acto, o un informe en relación con la investigación que lo precede? ¿Estamos ante transiciones entre espacios y mundos, de la individualidad a la socialidad, del momento privado de trabajo a su exposición pública, de la “cocina” de la ciencia a su aplicación en otros mundos (la política, los medios, la empresa) y viceversa? Sin dudas: el trabajo sobre el archivo nos ofrece todo eso. Aquí nos encontramos ahora aplicando una vez más a Verón sobre sí mismo.

Pero el desafío para nuestro trabajo tiene una segunda instancia, la de hacer explorable el archivo: ¿es posible reponer esas relaciones? ¿Qué dispositivo permite representar ello?

Intertextualidad, (inter)discursividad

Antes de llegar a la última parte, en la que buscamos responder al desafío de esos interrogantes, pasemos por el encuadre que nos asiste.

Aquella idea de la *intertextualidad*, tal como la designa Verón en el alba de su teoría de la discursividad, no es la misma en todas las corrientes ni coincidente entre los autores que trabajarán con ella, tal como puede verse en el estudio y antología de Navarro (1997). La intertextualidad ganó la escena renovada de la semiología de segunda generación pero, por supuesto, con variantes. En algunos casos solo comprenderá una dimensión de algunas obras literarias, en otras cambiará de nombre, y con ello, se volverá más sutil y específica la discriminación de las operaciones.

El contraste tal vez más productivo del uso veroniano de intertextualidad es el que puede hacerse con Genette, quien en 1982 (Genette, 1989) va a constituir un programa de trabajo que aportará claridad sobre las diferentes clases de relaciones entre textos. Para ser más precisos, Genette mantendrá la designación de *intertextual* para la relación de cita (explícita o velada), es decir, de inclusión fragmentaria de un texto en otro. Al conjunto de relaciones de textos con otros textos lo llamará *transtextualidad*, cuya serie se completa con textos que se transforman en otros (hiper / hipotextualidad), que provienen de matrices mayores (architextualidad), que mantienen relaciones de acompañamiento señalativo (paratextualidad), o que simplemente comentan otros textos (metatextualidad) (Genette, 1989, pp. 9-17). Si la serie de Genette fuera exhaustiva y posible de trasladar a todo tipo de horizonte discursivo, la transtextualidad coincidiría con la *discursividad* de Verón. Posterguemos la comprobación de esta hipótesis. Pero allí donde lecturas como la de Kristeva sobre las trascendencias textuales de Bajtín proyectaron formular una semiótica de la

cultura, Genette se mantuvo en el marco de elaboración de una retórica literaria.⁵

Por su parte, en el marco de la Teoría de la discursividad, el texto es el emergente y la discursividad es la trama de relaciones; el texto es el producto episódico y fragmentario de la discursividad, y ésta es el proceso. Pero mientras que la discursividad incluye operaciones intertextuales entre todos los demás tipos de transtextualidad, las relaciones (inter)discursivas no fueron propiamente clasificadas ni precisadas por Verón en su teoría de la discursividad, excepto en dos grandes modos: por un lado, las relaciones “productivas”, es decir, las que mantiene un discurso con sus condiciones de producción y de reconocimiento, y por otro, las caracterizadas (en menos oportunidades) como “representativas”, es decir, las que mantiene un discurso con su objeto.⁶ Si ponemos en paralelo la clasificación de Genette con las relaciones veronianas, podemos ver que los tipos de transtextualidad refieren a una relación *entre dos*, mientras que la discursividad es, estrictamente, *ternaria*. Podemos ensayar un paralelismo: la *architextualidad* opera como condición de producción, la *metatextualidad* (en tanto lectura o comentario crítico) está en condiciones de reconocimiento, la *hipertextualidad* opera a ambos lados, la *paratextualidad* podría ocupar cualquiera de las posiciones pero suele ser parte del discurso mismo (en tanto umbral, adyacencia o componente; cf. Moyinedo y Panfili, 2018), y la *intertextualidad* se resuelve como evocación del discurso acerca de discursos antecesores

5. Esta taxonomía pensada para objetos literarios, es decir, para materiales lingüísticos, fue retomada en investigaciones sobre poéticas artísticas “posmodernas” y “contemporáneas” (Hutcheon, 1985) que incluyó todo tipo de materialidades significantes.

6. La idea de que el objeto se corresponde con la representación se despliega en diversos esquemas en Verón, 2004, p. 57 y en Verón, 1988, pp. 124, 131 y 135. En los últimos veinticinco años Verón prefirió abandonar la denominación de representación por estar demasiado apegada a un tipo de operación, que en la terminología de Peirce equivale a la *icónica*, y sin desarrollarlo, sugirió que los objetos también se evocan en operaciones indiciales y simbólicas (cf. Verón, 2001, p. 107).

en producción, con vistas a su reconocimiento, fuera del cual, se cae la evocación. En ninguno de los tipos está contemplada la relación con el objeto. Esto prueba que, más allá de su utilidad, la clasificación de Genette es sobre pares y por lo tanto la noción de transtextualidad no se asimila a la de discursividad o a la de semiosis.

Ahora bien, ¿para qué hacemos este paralelismo entre intertextualidad y discursividad? Por dos razones. En primer lugar, para señalar la diferencia que puede emerger entre la activación requerida por parte de algún segmento de sujetos sociales que producen y/o consumen los textos, y la estructura reticular ternaria que compone la discursividad más allá de quienes produzcan o consuman los textos. Para ser más claros: los juegos de transcendencias textuales que clasifica Genette son maniobras de retorización, compartidos en ese caso, entre su producción y su reconocimiento *a la segunda potencia* (Genette, 1982). El juego poético fracasa como tal cuando esta invocación no se activa en reconocimiento. A la intertextualidad la encontramos en la conciencia explícita de dos sujetos, el autor y el lector, pero el analista literario no considera el desfase entre ambos (Barthes, 1994, pp. 36-37).

La discursividad reclama interés en otro nivel. Analizar la discursividad no es analizar textos: el cotejo de los textos analizados es un paso a la observación de sus interrelaciones. En la discursividad el desfase no desbarata el sentido, sino que lo produce, es condición intrínseca del sentido. De hecho, es lo que busca observar el analista del proceso de la discursividad. Por lo tanto, en la discursividad no hay “fracaso” (aunque este se produzca en la conciencia del actor de la comunicación). La descripción de la discursividad no atiende conciencias sino discursos: todos los discursos comportan condiciones de producción y de reconocimiento, con referencia a un objeto, y entre los tres conjuntos las relaciones no se predeterminan como un código a descifrar. Para su análisis se requiere un observador “externo”, es decir, fuera del juego de los textos

sometidos a análisis, que reconstruye el dispositivo ternario (Verón y Sigal, 2003, pp. 13-26; Verón, 1999b, pp. 187-189).

Discursividad y archivo

La segunda razón del paralelismo –la más interesante aquí– está en el proyecto que nos convoca: ¿qué relaciones mantienen los documentos del archivo de trabajo con los publicados efectivamente por el autor? ¿Qué esperamos encontrar allí, en esos pliegues que permanecieron ocultos a la vista pública?

Dos fantasías alimentan el morbo del archivo de un autor.

Una de ellas es la de que el significado de lo publicado está en lo oculto, lo reprimido, algo así como el inconsciente respecto de la manifestación consciente, el sueño respecto de la vigilia, la memoria y el recuerdo. Es mejor deshacerse pronto de esta fantasía. Las inflexiones de su discursividad no se verán esclarecidas o enderezadas por aquello que por alguna razón estaba reprimido como inédito. Verón ha sido un autor sumamente prolífico, y –nos consta incluso de su propio testimonio y del de quienes lo han acompañado– muy consciente del valor de su archivo de trabajo y su potencial publicidad, así como de sus textos dados a conocer. El espacio discursivo de su archivo está en continuidad –y no en un universo paralelo– a lo publicado. Es el vínculo estrecho que mantiene el archivo con el porvenir (Derrida, 1997).

En cambio, una de las resultantes más prolíficas del trabajo sobre su archivo está en la posibilidad de conocer con mayor detalle el decurso de su obra. En parte porque se pone al alcance de quienes se interesen en el acceso a materiales que habitualmente no son publicados: anotaciones, diagramas, programas de trabajo, correspondencia. En cambio, sí ayuda a integrar la imagen del Verón autor con el del Verón consultor, el Verón profesor, el Verón investigador en equipo. La escena se tiende a completar con los insumos de estudio: sus lecturas, sus objetos observados, sus recortes de periódico. Aun

así, de ninguna manera el archivo nos revelará al “Verón auténtico” por debajo de esa capa conocida de textos. Esta fantasía a evitar nos recuerda la imagen de Peirce advirtiéndolo a quienes buscan el verdadero sentido de un signo como quien pela las capas de la cebolla buscando llegar a la verdadera cebolla (Peirce, 2012, p. 549).

De ahí que las inflexiones de la discursividad no sean aquello que desbarata el sentido, sino su sustancia misma. Por lo tanto, la apertura de un archivo personal no viene ni a contradecir ni a ratificar, sino que viene engrosar el tejido de relaciones que ya estaba tendido en la discursividad social. Pero una vez dado por finalizado el dispositivo autoral (si es que la *muerte* del autor quiere decir alguna vez esto), las lecturas que hacemos de todo ello se ven condicionadas por la segunda fantasía que es la de la completud. Cada pieza podría evocar la imagen de un rompecabezas que al final se integra en un todo. Pero esa fantasía presume que la discursividad es un proceso con bordes, confinado en un tiempo y en un espacio cuantificables. Si esa idea apenas puede defenderse para la situación historizable de cada texto, mal lo hará para el proceso que lo puso en el mundo, y mucho menos para quien lo estudia a posteriori. No tenemos la menor evidencia de que la discursividad se pueda reintegrar completamente. Y suponer lo contrario sería creer que el estudio de la discursividad estaría hecho por un análisis que neutralizara todas las carencias con un dispositivo también íntegro. Indagar la discursividad es también un proceso discursivo que no se puede estudiar a sí mismo (Verón, 1999b, pp. 187-189).

La tesis central de la Teoría de la discursividad sostiene que el sentido de un discurso no es “ni inmanente ni trascendente”, sino que es lo que relaciona al discurso con sus condiciones (de producción o de interpretación) a propósito o en representación de algo, un aspecto que ese discurso sustituye o evoca (Verón, 1988, p. 127). Inspirada por la teoría semiótica de Peirce, mantiene una descripción ternaria, productiva y dinámica

del sentido. De allí que la idea de *el* sentido de un discurso, en singular, es también absurda: se trata siempre de una pluralidad, cuyo número mínimo es dos: uno en condiciones de producción y otro en sus lecturas.

Vemos pues que, mientras la noción de *transtextualidad* de Genette escasamente puede coincidir con la de *discursividad* de Verón, esta es consistente –y quizás teóricamente más aún– con la de *semiosis* de Peirce. Para hacernos la imagen de algo como la semiosis, Verón eligió la *red* como metáfora, tal vez ícono.

De la discursividad a la interfaz: una red en red

La figura de la *red* es inspiradora y técnicamente conveniente: busca reestablecer un sentido de las relaciones entre los textos encontrados. Aunque no son estrictamente sinónimos, red y tejido son dos lexemas sobre los que Verón retorna una y otra vez a partir de su etapa sociosemiótica y peirceana. Aunque podría aceptarse que toda red es un tejido y viceversa, la noción de tejido subraya el carácter de la trama alcanzada, de su resultado como textura y –en el horizonte– como superficie que conserva visible su proceso de producción. La noción de *red*, en tanto, parece enfatizar los intersticios, los vanos que nacen de las conexiones y de los tramos, su extensión pero también lo que puede atravesarla, lo que mantiene como hueco que no es vacío ni ajeno, en definitiva, a la propia red.⁷ Si estas sutilezas tienen algún sentido, servirán en este proyecto para enmarcar la pretensión de conectar sin más expectativa que la de evitar los aislamientos.

Verón esbozó una variedad de graficaciones de la red interdiscursiva desde finales de los años 1970. En este proyecto

7. Podemos recordar que en inglés se utilizan dos nombres, *web* y *net* o *network*, siendo el primero más próximo a la noción de *tejido* y el segundo a la de *red*.

retomamos esa vocación para aplicarla al archivo como parte de una red necesariamente mayor que el fondo documental en sí mismo.

Nuestro desafío es doble: dar un tratamiento a las piezas del archivo como si fueran discursos (es decir, textos abordados analíticamente) y por lo tanto, desplegarlos en la red en las que se pudieron insertar en algún momento de su historia, red que desborda los textos producidos por el propio Verón.

Para la primera acción, se analizan las piezas en distintos niveles (retomamos las variantes de transtextualidad de Genette):

- *architextual*: su género o formato, incluso su inserción institucional;
- *paratextual*: su datación, autoría y titulación explícitas, cuando las hay; en los casos en que algunos de estos datos falta, la búsqueda se hace a partir de los subsiguientes niveles;
- *intertextual*: los datos faltantes pueden inferirse a partir de elementos que remiten a otros textos; por ejemplo, si una pieza no tiene fecha, se data como “a partir de o posterior a [año]” tomando como parámetro la última bibliografía o información provista de manera explícita en el texto;
- *hipertextual*: cuando se trata de un texto (muchas veces manuscrito) que está en un formato provisorio y previo a una transposición: apuntes para dictado de un curso o pronunciación de una conferencia, entrevista o presentación con clientes, etc.;
- *metatextual*: en algunos casos, las referencias que se encuentran en sus propios textos publicados acerca de trabajos de investigación, proyectos y otras obras en preparación; en sus últimos veinte años Verón refirió numerosas veces a su obra simultánea y anterior, publicada e inédita, lo que facilita también la tarea.

En ocasiones, estas relaciones se complementan con análisis enunciativos de sus textos, que permiten identificar autoría y género (de donde se puede inferir luego el propósito del texto, cuando no es evidente).

Para la segunda acción, se procura utilizar uno de los diagramas de la semiosis que el propio Verón elaboró. Es así que de las múltiples figuraciones de la red hemos seleccionado la que expresa con mayor “limpieza” (Soto, 2018, p. 200) el conjunto de las relaciones como proceso que correlaciona los estados temporales que son los textos, en un despliegue espacial. El diagrama retomado es uno de los que aparece en *La semiosis social* (Verón, 1988, p. 132; página 127 en la edición francesa, Verón, 1987, que también lo incluye en la cubierta del volumen), y representa –en un esquema simétrico, compuesto por dos triángulos con un lado en común– al discurso en el centro, las condiciones de producción y de reconocimiento a ambos lados respectivamente, y en el mismo centro, debajo del discurso, al objeto. Para este proyecto hemos elegido este esquema no solo a manera de homenaje y revalorización de su tesis, sino porque expresa condensadamente las relaciones de la discursividad, llegando incluso, por el artificio visual, a volverlas sincrónicas pese a su dinamismo en el tiempo. Así, “la limpieza, la austeridad, lo mínimo, la nitidez” (Soto, 2018, p. 200) retratados en este esquema le ganan al enredo de las relaciones a distancia, de los desfases espacio-temporales, de la circulación del sentido, sin por ello negarlos.

En esa distribución de cuatro términos o lugares en la doble tríada, ubicamos en el centro al documento a exhibir, a su izquierda una serie (incompleta, acotada, solo referencial) de otros textos que ocuparían el rol de condiciones de producción del documento, a su derecha un listado también limitado de materiales que habrían resultado efecto del texto central, y abajo, en el lugar del objeto, se referencian textos o informaciones sobre las cuestiones públicas evocadas por este conjunto.

Finalmente, también esta doble tríada expresa –en palabras del propio autor– el “modelo de ‘unidad mínima’ de la red discursiva” (Verón, 1988, p. 132).

A los fines del proyecto y de su acceso público⁸, la reposición de información contextual no solo abre condiciones de legibilidad y usabilidad para una diversidad de públicos, sino que a su vez integra mayores posibilidades de conocer una lógica de los procedimientos, las ‘mentalidades’, las épocas, las epistemes que un intelectual de la relevancia del productor del archivo fue parte protagonista. Las historias de la ciencia (Alberch Fugueras, 2003), de los intelectuales (Naidorf et al, 2010) y de las mentalidades (Ríos Saloma, 2009) han discutido el valor de documentos y archivos como elocuentes primordiales para este tipo de investigaciones (Ginzburg, 1999). A diferencia de otros archivos cuyos componentes pueden ser o bien variablemente homogéneos, o bien colecciones de elementos en un estado “final”, en nuestro caso estamos ante una doble suspensión de la condición de cada partícula. La problematización que atraviesa nuestro trabajo es que analizamos este archivo como un archivo de trabajo, es decir, como una secuencia múltiple de estados parciales de procesos de elaboración. Esos procesos son a veces individuales, otras veces colectivos, a veces se presentan como completos, muchas otras como inconclusos o se ignora su grado de resolución, en ocasiones se adivina su propósito y en otras es difícil suponer la secuencia de la que formó parte. La principal pista de recomposición de esos procesos surge de otra red, que tiene una naturaleza física predominante: las 86 cajas numeradas y en algunos casos rotuladas, que forman una suerte de formación geológica acumulativa de los casi mil documentos.⁹ No todo lo que está organizado

8. El sitio puede visitarse en el siguiente URL: <http://archivoveron.una.edu.ar/>

9. El último recuento a la fecha de este escrito consignó 939 piezas. Este número se modifica según los criterios que se van estableciendo y rectificando con el avance del fichado.

en ese conjunto guarda la misma relación respecto de los demás elementos. Se intuye un orden dinámico, rectificado, lo que Genette también hubiera llamado un palimpsesto. Pero lo que hay que explicar no es ese orden, sino en qué cadenas de trabajo se insertó cada uno de los documentos.

Es por ello que nos apoyamos en la problematización a la vez semiótica, historiográfica y archivística para las decisiones técnicas del desarrollo del mismo. La naturaleza discursiva del archivo nos obliga a reconstruir la red en la que cada pieza pudo estar inserta, y reponerla –al menos en parte, al menos en alguno de sus estados– para su inteligibilidad. De ahí que el modo de exhibirlo es por unidad, pero no de manera aislada sino flanqueada por otros textos con los que participó de algún proceso de trabajo y a los que ayudó a construir una representación. Si el modo (inevitable) de comprender un signo o texto cualquiera es el de asociar y vincular con otros signos o textos, es decir, el de tejer una red de la que el texto es un estado parcial, que no sea la interfaz de su reposición la que desteja la red.

Referencias

Alberch Fugueras, R. (2003). *Los archivos, entre la memoria histórica y la sociedad del conocimiento*. Barcelona: Editorial UOC.

Barthes, R. (1987). *El susurro del lenguaje. Más allá de la palabra y de la escritura*. Buenos Aires: Paidós.

Borges, J. L. (2009). *Obras completas, tomo I (1923-1949) y tomo II (1952-1972)*. Buenos Aires: Emecé.

Cingolani, G. (2019). Apuntes sobre la relación entre mediatizaciones y los “actores individuales” en unos escritos inéditos y otros trabajos periféricos de Verón. En M. Fernández, S. Sánchez (comps.), *Mediatizaciones: territorios y segmentaciones*, pp. 215-241. Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.

Derrida, J. (1997). *Mal de archivo. Una impresión freudiana*. Trota: Madrid.

Foucault, M. (1992). *El orden del discurso*. Barcelona: Tusquets.

Genette, G. (1989). *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Madrid: Taurus.

Ginzburg, C. (1999). *Mitos, emblemas e indicios. Morfología e historia*, Barcelona: Gedisa.

Hutcheon, L. (1985). *A Theory of Parody. The Teachings of Twentieth-Century Art Forms*. Nueva York: Methuen.

Kristeva, J. (1978). *Semiótica 1*, Madrid: Espiral.

Moyinedo, S. y Panfili, M. (coords.) (2018). *Paratextos del Arte Contemporáneo. Cuadernos del Instituto. Investigación y Experimentación en Arte y Crítica*, 2. Buenos Aires: Área Transdepartamental de Crítica de Artes. Recuperado de: https://criticadeartes.una.edu.ar/contenidos/cuadernos-del-instituto_19144

Naidorf, J., Martinetto, A. B., Sturniolo, S. A. y Armella, J.. (2010). Reflexiones sobre el rol de los intelectuales en América Latina. *Archivos Analíticos de Políticas Educativas*, 18 (25). Recuperado de: <http://epaa.asu.edu/ojs/article/view/730>

Navarro, D. (1997). *Intertextualité. Francia en el origen de un término y el desarrollo de un concepto*. La Habana: UNEC, Casa de las Américas.

Peirce, Ch. S. (2012). En N. Houser, Ch. Kloesel (eds.), *Obra filosófica reunida. Tomo II (1893-1913)*. México: Fondo de Cultura Económica.

Ramírez Gelbes, S. (2015). Verón privado y Verón público en el Verón periodista: un homenaje. En P. C. Castro (dir.), *Dicotomía Público / Privado. Estamos no caminho certo?*, pp. 293 – 309. Maceio: Edufal.

Ríos Saloma M. F. (2009). De la historia de las mentalidades a la historia cultural. Notas sobre el desarrollo de la historiografía en la segunda mitad del siglo XX. *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México*, 37, 97-137.

Soto, M. (2018). Siluetas ternarias. Las representaciones de la noción de semiosis social. En L. Escudero-Chauvel, M. Soto, O. Traversa (coords.), *La Semiosis Social. Homenaje a Eliseo Verón. DeSignis*, 29, 197-209. <http://dx.doi.org/10.35659/designis.i29>

Verón, E. (1968). *Conducta, estructura y comunicación*. Buenos Aires: Jorge Alvarez.

Verón, E. (1972). *Conducta, estructura y comunicación*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.

Verón, E. (1974). Para una semiología de las operaciones translíngüísticas. *LENGUAjes.*, 1 (2), 11-35.

Verón, E. (1981). *Construire l'événement. Les médias et l'accident de Three Mile Island*. París: Éditions de Minuit (Trad. cast. : *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires: Gedisa, 1983).

Verón, E. (1988). *La sémiotique sociale. Fragments d'une théorie de la discursivité*. París: Presses Universitaires de Vincennes. (Trad. cast: *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*, Barcelona: Gedisa).

Verón, E. (1995). *Conducta, estructura y comunicación. Escritos teóricos 1959-1973*. Buenos Aires: Amorrortu.

Verón, E. (1999a). *Esto no es un libro*. Barcelona: Gedisa.

Verón, E. (1999b). *Efectos de agenda*. Barcelona: Gedisa.

Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.

Verón, E. (2002). *Espacios mentales. Efectos de agenda 2*. Barcelona: Gedisa.

Verón, E. (2004). *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.

Verón, E. (2011). *Papeles en el tiempo*. Buenos Aires: Paidós.

Verón, E. (2013). *La semiosis social, 2: ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.

Verón, E. y Levasseur, M. (1984). *Ethnographie de l'exposition. L'espace, le corps et le sens*. París: Centre Georges Pompidou, Bibliothèque Publique d'Information.

Verón, E. y Sigal, S. (2003). *Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Buenos Aires: Eudeba.

Verón, E. y Sluzki, C.E. (1970). *Comunicación y neurosis*. Buenos Aires: Editorial del Instituto.