

*Dispositivos mediáticos:
los casos de las tapas
de revistas en papel y
en soporte digital*

figuraciones

Directores:

Oscar Steimberg y Oscar Traversa

Secretaría de redacción:

Mónica Kirchheimer, Daniela Koldobsky, Sergio Moyinedo

Dispositivos mediáticos: los casos de las tapas
de revistas en papel y en soporte digital
diciembre de 2011, N° 9
versión on-line. ISSN: 1852-432X

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LAS ARTES

**Director del Área Transdepartamental
de Crítica de Artes "Oscar Traversa":** *Dr. Sergio Ramos*

**Coordinación de Publicaciones
de Crítica de Artes:** *Rolando Martínez Mendoza*

Diseño y diagramación: *Andrea Moratti*

Recuperación de los artículos: *Laura Amarilla,*
Repositorio Institucional de la UNA

Los números 1/2 y 3 de la revista *Figuraciones* han sido publicados originalmente en soporte papel.
Figuraciones 1/2: Memoria del arte/Memoria de los medios (diciembre de 2003). Asunto Impreso ediciones y IUNA, Área de Crítica de Artes
Figuraciones 3: El arte y lo cómico (abril de 2005). Asunto Impreso ediciones y IUNA, Área de Crítica de Artes

La presente colección recopila y unifica en el número correspondiente de *Figuraciones* los artículos publicados tanto en la versión papel como en la primera versión on line de la revista.

Figuraciones, revista de teoría y crítica de arte, se propone como espacio de indagación y debate en relación con las prácticas sociales que dan lugar a las distintas configuraciones de los objetos artísticos, a las continuidades y cambios de sus condiciones de producción y a los modos de su percepción y empleo por parte de sus distintos públicos. En torno de esos nuevos objetos y de los textos que los acompañan en su circulación pública se ha desplegado la actividad de diferentes disciplinas y el interés de distintas estrategias de búsqueda; en esta publicación se intenta promover la indagación de su carácter y de los efectos de sus nuevos medios y recursos, tanto en sus manifestaciones actuales como en las históricas con las que confluyen y confrontan. Atendiendo, en especial, a la singularidad de nuestro espacio de despliegue de la tensión, vigente en todo el campo del arte, entre universalidad y localización.

Editorial [↑]

Dispositivos mediáticos: los casos de las tapas de revistas en papel y en soporte digital

Oscar Traversa [↑]

7

1. En torno a los soportes y las circulaciones

Carlos Prieto

13

Las tapas de las revistas en papel y las páginas de inicio de las revistas online

Silvina Rival // Fernanda Alarcón // Domin Choi //

25

Vestigios: El pasaje del soporte de papel a la virtualización

Silvina Tatavitto

35

De sorpresas, circulaciones e interfaces

Oscar Traversa

55

Observaciones acerca del tratamiento de las nuevas discursividades en la Web

2. Los pasajes: desempeños de las tapas y de las páginas de inicio

Carla Ornani

77

Tapa de revista y *home page*: Dos modelos para la apropiación de contenidos

Silvina Tatavitto // Federico Buján //

89

Dispositivos mediáticos: circulación de la prensa gráfica femenina en la web

Susana Temperley

103

Barcelona on-line: una peculiar invitación a la lectura

Juan Alfonso Samaja

115

La estrategia de la frustración.

Análisis de las operaciones discursivas de la Revista de humor NAH!, en los soportes impreso y digital

Lisa Di Cione // Amparo Rocha Alonso //

147

Puesta en página / puesta en pantalla.

Rolling Stone y *Los Inrockuptibles*, entre saltos y rupturas

María Sofía Vassallo // María Elena Bitonte // **159**
Estrategias de interpelación a los lectores
en revistas de actualidad

Recorridos ↑

Oscar Traversa **183**
Comentarios acerca de la aparición de “La Presse”

Silvina Tatavitto **203**
Dispositivo, cuerpo, subjetividad:
el caso de banda ancha móvil

María Elena Bitonte **217**
Otra vuelta de leva a la noción de operaciones

Ignacio Sigal **239**
Remanencias epistemológicas en el mundo digital

Bibliográficas ↑

Paula Roich **265**
Acuerdo intersubjetivo y ajuste de la representación mental
del sentido en la Teoría de las operaciones enunciativas
de Antoine Culioli (2010)
Antoine Culioli

Dispositivos mediáticos: los casos de las tapas de revistas en papel y en soporte digital

Oscar Traversa

Los textos que aquí se presentan son el resultado de un trabajo colectivo: lo confirmará su lectura pues, aunque no disimulan la singularidad de los diferentes caminos recorridos, exhiben ciertas insistencias. Estos trabajos se encadenan con otros que pueden leerse en el número cinco de esta misma publicación, referidos a las tapas de semanarios producidas en papel; el actual, en cambio, va al encuentro de diferencias con un producto que ocupa un lugar parcialmente equivalente: las *front page* (páginas de inicio) de las revistas digitales presentes en la Web, que cuentan con versiones en papel.

Lo primero que nos surgió como problema a los que participamos de este estudio fue lo resumido con los términos “parcialmente equivalente”, pues notamos que el inicio de ambos productos periodísticos, destinado a indicar su identidad, no era semejante a pesar de cumplir funciones cercanas. Notamos enseguida que fijar similitudes y diferencias no constituía una tarea simple, fruto de una descripción meramente componencial, reducida a una lista más o menos extensa de atributos; si bien esa tarea es operativamente indispensable; no podía considerarse suficiente, requería además, desentrañar los procedimientos que conlleva cada una de las variantes que, al menos desde un punto de vista meramente funcional, presenta diferencias, de las que pueden suponerse plurales consecuencias en la producción de sentido.

Al igual que en el caso de las tapas en papel, -ahora como hipótesis diferenciadora y no como conclusión, de atenerse al estudio anterior-, unas y otras gozan de cierta autonomía de procedimiento, en cuanto dan lugar a relaciones vinculares texto-lector diferentes y también a los modos en que ellas remiten al conjunto de la revista y, en ciertos casos, a componentes externos (otras publicaciones, links de diversa especie, etc.).

El metafóricamente llamado “interior”, término que empleamos para distinguir el componente de separación e inicio del conjunto de las revistas, de aquello designado como “tapa” (metaforización no solo propia de nuestra lengua, *cover*, *couverture*, por caso, en lengua inglesa o francesa) no se encuentra clausurado en la “front page”, opera también como puerta para acceder a otros ámbitos, cuyas propiedades exceden la homogeneidad componencial propia del papel (música, imágenes móviles).

Esta hipótesis acerca de las diferencias en las cualidades vinculares entre uno y otro componente de las publicaciones parte genéricamente de

su consideración en tanto *dispositivos*, distintos en tanto son responsables, como podrá leerse, de desplazamientos entre enunciado y enunciación. Esa situación se manifiesta de maneras muy diferentes en uno y otro caso; no solo por las propiedades que se derivan de su instalación en la Web (alcance, temporalidad, modos de enlace) sino también por la variabilidad de sustancia discursiva. De aceptarse esta distinción, se hace necesario apelar al doble examen: por una parte, dar cuenta de la sustancia de los componentes de lo enunciado y, por otra, de las condiciones que los modelan en el *topos* particular donde se instala, articulación que da lugar a las cualidades enunciativas y a sus plurales inflexiones, resultado de su particular alojamiento.

En cuanto a lo primero, la sustancia, como podrá leerse a lo largo de los trabajos las variantes son múltiples. Una de las claves para dar cuenta de los procedimientos de inflexión entre enunciado y enunciación entre las variantes papel-digital, consiste en la selección del universo de análisis. Con ese fin se eligieron publicaciones que se replican, al menos nominalmente, en uno y otro soporte, para el caso un conjunto de publicaciones argentinas: “Noticias”, “Veintitrés”, “Cosmopolitan”, “Para Ti”, “Nah!”, “Barcelona”, y otras) donde, como se verá, la sustancia manifiesta no es homogénea. En cuanto a lo segundo, el *topos*, sus límites no se restringen a la mera reproducción de los componentes gráficos presentes en el mundo del papel, sino que los juegos propios de las pantallas se diversifican de manera heterogénea, en distintas direcciones (casos de “Barcelona”, “Nah!”, “Rolling Stone”), sea por la multiplicación de series (sonoras o de imagen), sea por juegos discursivos alejados de los gráficos, o bien, transformados.

Pudo notarse en principio y se confirmó en los análisis particulares, que las variantes se sitúan desde el polo de la diferencia casi absoluta de los componentes textuales, hasta la mera transcripción pasiva o facsimilar. Las diferentes configuraciones permiten adelantar hipótesis en cuanto a la puesta en juego de estrategias diferentes en cuanto a las relaciones entre papel y digital e, incluso, supuestos acerca de las posibles pervivencias de algunas de esas variantes.

La inconstancia o inestabilidad de esas diferencias manifiestas en lo digital, sus cambios sin justificaciones evidentes o avisos (en muchos casos) por parte de la redacción, permiten pensar en un experimentalismo sin rumbo definido guiado por el propósito de conquista de un público no bien conocido (o francamente desconocido) en sus proceder de lectura.

Asentadas estas variaciones en un sustrato tecnológico de extrema plasticidad, las variantes que ofrece la digitalización admiten cambios de un costo tanto temporal como de recursos no fácilmente alcanzable por otros soportes. Esto confiere a las publicaciones que se valen de ese recurso una cualidad emergencial ausente en el universo del papel, del que puede suponerse un arraigo de las costumbres de lectura de una magnitud y características disímiles.

Esta última propiedad introduce una dimensión inusual en la investigación discursiva de este dominio, contingencia que puede pensarse como una dificultad ausente en los corpus en cierto modo cerrados (publicaciones periódicas o medios con atributos de “tradicionales”), lo que habilita un campo de hipótesis interesante. Esto último permitiría adjudicar a cada variante estable carácter de *sintonías sociales fuertes* con un recurso que puede manifestarse a través de ciertas soluciones gráficas o de procedimiento (fotografía, ilustración, ortogonalismo) pero también otras de gran extensión, propias de un nivel distinto, como el empleo de componentes narrativos.

Esta última cuestión no es menor pues da lugar a asuntos que podríamos llamar “clásicos”: el estatuto de la narración sería uno de ellos, pues se presentan en las ocurrencias de la Web procesos que integran juegos entre carencias y restituciones. Juegos de preguntas y respuestas, invitaciones a la acción o al encuentro, proclamas políticas de modalización asertiva (dogmáticas o casi religiosas), invitan a explorar en qué medida los procedimientos narrativos se alojan en la esfera de los nuevos recursos tecnológicos. Acaso, esos procedimientos, propios de un largo asentamiento en la discursividad social, han sido abandonados o bien se han transformado y permanecen, en modo latente, en las configuraciones más actuales.

Una característica de la prensa del siglo XIX fue la de incorporar como componente del cuerpo editorial la narración según la especie novelística (el llamado folletín) pero, a su vez, introdujo también los procedimientos narrativos en el conjunto de los géneros de la información, constituyendo un enclave principal de la prensa hasta nuestros días. ¿Acaso la digitalización mediática trabaja ese mismo recurso de un modo particular? Asunto que queda en pie, de manera implícita, en los exámenes que presentamos, pues de diferentes maneras abre, desarrolla y restablece conflictos de un modo inédito, según una lógica de larga duración en la sociedad.

La incorporación de sucesos del día, o tópicos más o menos erráticos en cuanto a sus referencias, que hilvanan la temporalidad de una manera imposible en los semanarios en papel y acercan las versiones digitales a los medios “clásicos” (radio, TV, también a los diarios), ¿no ingurgita, acaso, el vértigo de los acontecimientos según una posibilidad abierta por la nueva potencialidad técnica, ofreciendo otro modelamiento de la temporalidad?

Un asunto estrechamente vinculado con lo anterior compete a la noción de *transposiciones*, empleada en los estudios mediáticos y estéticos para indicar ciertas pervivencias y transformaciones textuales debidas a los cambios de soporte (por ejemplo, pasajes de la literatura al cine), y que es un fenómeno asociado especialmente a la permanencia de componentes narrativos. La operatoria transpositiva da lugar, para señalarlo de manera breve, a *decir algo* de un modo distinto, lo que conlleva modificaciones o acentuaciones en el texto destino, de lo potencialmente instalado en el texto fuente que, al fin, como fruto de ese pasaje, *no dicen* estrictamente lo

mismo (“Don Quijote” o “Fausto” de la literatura no son los mismos que nos ofrece el cine).

La presencia de una fuente, el papel, y un destino, lo digital, dio lugar a su tratamiento en términos de la noción de transposición. El efecto de este intento reviste interés porquela semejanza permitió advertir los límites de esta noción para ponerla en obra en estos casos y porque a su vez, esos límites patentizaron la singularidad del problema a tratar (destino propio de toda noción heurística); hasta el punto de que da lugar a pensar que lo eventualmente transpuesto es solo un nombre, que indica cosas distintas.

Se hace evidente, a partir de las discusiones que se suceden en este número de *figuraciones*, la necesidad de articular de una manera singular los estudios en producción y los correspondientes al reconocimiento. Lo que se puede observar, en su corto período de existencia de las novedades técnicas, es que las conductas de lectura que propician la digitalización y sus tránsitos en la WEB, no parecen menores en la configuración defenómenos sociales atingentes a la comunicación. Tales fenómenos parecen conmover las relaciones tanto con la lectura como con la escritura, dado que los nuevos procedimientos dan lugar a relaciones vinculares estrechamente ligadas a la articulación entre ambas instancias, pero descentradas respecto de situaciones anteriores.

Este nuevo hacer vinculado a la operatoria propia de las pantallas (“pantallas activas”, se las ha denominado) comporta la movilización de operaciones cognitivas exteriorizables de modos particulares, que dan lugar a tránsitos de un orden diferente al de los tradicionales (constitución de redes, sistemas de interrogación y respuesta sin destino prefijado, etc.). Al menos, en principio, esto último permitiría pensar que la escisión que caracterizó el pasaje del rito al espectáculo en los albores de Occidente, se fractura o, al menos, no queda en pie como solución exclusiva para el procesamiento de la conflictividad social.

No son pocas las consideraciones que se han formulado en esta dirección: desde el advenimiento de nuevas formas de la democracia hasta su opuesto como limitante (un reciente trabajo de Evgenij Morozov se sitúa entre quienes piensan esto último de Facebook y Twitter). Podría señalarse, a través de estos síntomas de tan acusada polarización, que dicho debate se encuentra aun en sus inicios.

El restringido sector que abarcan los estudios que presentamos nos da una muestra de nuevas prácticas discursivas, y se busca, dentro de esos límites estrechos, habilitar un campo de hipótesis que permita adentrarse en ese nuevo espacio problemático, con un instrumental que aporte a esa discusión un conjunto de indicios sobre las relaciones efectivas que cumplen quienes participan para dar lugar a los fenómenos en cuestión.

1. En torno a los soportes y las circulaciones

Las tapas de las revistas en papel y las páginas de inicio de las revistas online

Carlos Prieto

En este trabajo se comparan las características en tanto dispositivos y los lugares de emplazamiento en el tejido mediático, de las tapas de las revistas papel para grandes públicos, con las páginas de inicio de los sitios digitales asociados a ellas. A partir del análisis de 11 revistas de circulación masiva, se llega a la conclusión de que las páginas de inicio y los sitios digitales son dispositivos muy diferentes, no homólogos a las tapas y revistas de papel. Los sitios tienden a privilegiar la renovación de contenidos, y así reducen el espesor mínimo de la actualidad con la que trabajan. En las revistas de papel predominan títulos metalingüísticos que “vuelven” sobre la información de los diarios; en los sitios web predominan los títulos referenciales. Mientras la tapa de papel muestra un mínimo de contenidos y cubre el resto, la *home* ofrece acceso inmediato a contenidos propios y no propios.

Palabras clave: actualidad, revistas, tapas, publicaciones online, dispositivo

Paper magazine covers and *home* pages of online magazines: their properties as devices and their positions in the media network

This paper compares the features as dispositives of the covers of wide circulation paper magazines and of the digital sites associated with them, and the positions that they occupy in the media network. After analyzing 11 mass-circulation magazines, concludes that *home* pages and paper magazine covers are very different, not homologous dispositives. Sites tend to renew their content very frequently, which reduces the minimum thickness of current events they refer to. Metalinguistic headlines that “return” to the information previously published by the newspapers predominate in paper magazines; referential headlines predominate in magazine web sites. While paper magazine cover shows a minimum of content and covers the rest, the *home* offers immediate access to their own content and to the content of other sites.

Palabras clave: current events, magazines, covers, online media, dispositive

Las tapas de las revista de papel y las páginas de inicio de las revistas online: sus propiedades como dispositivos y sus lugares de inserción en el tejido mediático[1]

1. Introducción

Este trabajo tiene como objeto tratar de establecer una comparación sistemática entre las tapas de las revistas de papel dirigidas a grandes públicos y las páginas de inicio de los sitios web vinculados institucional y / o comercialmente con dichas publicaciones. Esta comparación se abordará teniendo en cuenta dos grandes ejes: la caracterización de unas y otras como dispositivos y sus respectivas ubicaciones en el escenario mediático, especialmente en lo que concierne al tipo vínculo que establecen con la actualidad.

El corpus elegido para este análisis está constituido por las revistas Veintitrés, Noticias, Gente, Caras, Paparazzi, El Gráfico, Corsa, Inrockuptibles, Rolling Stone, Para Ti y Cosmpolitan. Entendemos que, si bien este conjunto sólo comprende una parte de las muchas revistas que tienen sitios web asociados, y que incluso no abarca la totalidad de los géneros-P, es lo suficientemente representativo del conjunto de las revistas de gran público de “prensa burguesa”, de acuerdo a la clasificación de Verón (2004: 76-77), que circulan en Capital y Gran Buenos Aires como para permitir extraer conclusiones y formular, al menos, hipótesis tentativas.

2. La tapa de la revista de papel como dispositivo

Las tapas de las revistas editadas en papel tienen, como dispositivo y en su inserción mediática, un alto grado de homogeneidad. Dicho de otro modo, esas tapas comparten propiedades generales y sumamente estables que atraviesan los diferentes géneros-P (Verón 2004: 196-197). Por otra parte, algunas de esas propiedades operan como diferenciadores entre tapas de revistas y primeras planas de diarios y, más abarcativamente, de otros dispositivos comunicacionales. Ese alto grado de homogeneidad no sólo puede observarse en el dispositivo tapa, sino también en el dispositivo revista: por ejemplo, en muchos casos podemos reconocer el orden de lectura que propone una revista aun cuando esté escrita en un idioma que desconocemos completamente.

Una de las características es que, para cada publicación o título de referencia, los contenidos –construidos a partir de dos materias significantes básicas, textos e imágenes- cambian en forma completa y simultánea con respecto al número anterior con una frecuencia estable (semanal, mensual, etc.). Esto significa que el último número no “reemplaza” al anterior; cada uno de ellos tiene su singularidad, al punto que no es infrecuente que, cuando la tapa de un número despierta un interés especial en el público, coexista en los kioscos con el número que le sigue de la misma publicación.

Conviene detenerse en este punto para considerar la cuestión de qué tipo de identidad poseen una revista y su tapa. Si se aplica la distinción que establece Genette (1997: 19) entre objeto de inmanencia físico y objeto de inmanencia ideal, puede decirse que una revista de papel tiene a la vez identidad específica, aquella que comparte con todos los ejemplares de la misma tirada, e identidad numérica: este ejemplar, diferente a cualquier otro, será el mismo aun si se rasga alguna hoja, si se mancha, etc. Aquí es útil aplicar las instancias planteadas por Cingolani (2009: 3 y ss.): en la instancia exhibición (fundamentalmente el kiosco) la dominante es la identidad específica, que es la que establece la diferencia no sólo entre esa publicación y las restantes del mismo género-P y del resto de las publicaciones, sino también con los números anteriores; puede pensarse, siguiendo a Traversa (2001: 237-240), que aquí la tapa en tanto dispositivo, es el lugar del desplazamiento del enunciado a una enunciación que anuncia al número que encabeza como el último o “vigente” de la publicación. En cambio, en la instancia de lectura y almacenamiento, predomina la identidad numérica; la revista, familiar cercana del libro, es como este, un objeto. Estos desplazamientos entre identidad específica e identidad numérica, entendemos, pueden aplicarse tanto al dispositivo revista en su conjunto como al dispositivo tapa.

En relación con el contenido interior de la revista, la tapa tiene la doble función de cubrirlo pero, a la vez, mostrar parcialmente lo atractivo que se oculta tras ella; es un vestido llamativo, audaz a veces, pero nunca demasiado transparente o escotado, que muestra poco, pero un poco muy atractivo que promete y oculta otros atractivos; quien quiere acceder a aquello que la tapa sólo deja entrever o muestra en cuentagotas, debe comprar la revista. Y aquí es la conducta de compra la que produce el desplazamiento de identidad de la revista antes mencionado: en el momento en que compro la revista, la identidad numérica pasa a prevalecer sobre la identidad específica; el ejemplar que compro ya no es “igual” a cualquier otro.

3. La página de inicio del sitio digital de una revista como dispositivo

La reflexión sobre las propiedades que caracterizan a las páginas de inicio como dispositivo se presenta como más compleja de sistematizar ya que, tal vez como lógica consecuencia de lo reciente de la generalización del soporte tecnológico que las hace posibles, dichas propiedades son menos estables, y menos homogéneas en conjunto. Se puede, sí, afirmar que tienen en común que, en cuanto al tipo de configuraciones significantes, además de emplear aquellas características de la prensa gráfica, como textos, fotografías, diagramas, etc., añaden otros contenidos posibilitados por su soporte tecnológico (e inaccesibles a las revistas de papel), como audios y videos[2]. Este agregado comporta, al menos para ciertas publicaciones y géneros-P, un “verdadero salto cualitativo”, tal como señalan

Rocha Alonso y Di Cione (2011: 24) al analizar los casos de revistas especializadas en música.

Una primera cuestión es la de qué tipo de identidad, en términos de Genette (1997: 26-28), caracteriza a la página de inicio. Esta cuestión lleva directamente a otra, y es la de si el sitio web de una revista puede ser considerado un objeto en el mismo sentido en que una revista lo es. A nuestro entender, la respuesta es que no. Incluso si la lectura se realiza en una computadora portátil o una de las llamadas tabletas, el objeto portador de la identidad numérica es, al menos en la posición de reconocimiento, el aparato portátil. Es posible perder definitivamente el aparato, en cambio, siempre es posible reponer una página web. Los sitios web de revistas, podría pensarse entonces, tienen identidad específica. Lo que ocurre es que esa identidad específica se va modificando; es de una *identidad dinámica*, distinta a la *identidad estática* que caracteriza a los ejemplares de papel[3]. En mayor o menor grado, todas las páginas de inicio de sitios relacionados con revistas de papel analizadas para este trabajo cambian de contenido con una frecuencia mayor o mucho mayor a las de las revistas de papel vinculadas a ellas. Entre las de mayor cambio se encuentran páginas de inicio como las de Corsa, en la que se agregan al menos cuatro noticias principales, que ocupan el lugar más destacado de la pantalla, y varias secundarias sobre automovilismo deportivo, diariamente y en distintos horarios; y Papparazzi, en la que una ventana se modifica permanentemente con los mensajes que envían vía Twitter personajes de la farándula. En el otro extremo, en la página de inicio de Noticias los contenidos informativos se renuevan una vez a la semana (la misma frecuencia con que aparecen los números de papel), pero si se ingresa al sitio dos veces, incluso con pocos segundos de diferencia, se encontrarán avisos publicitarios de anunciantes diferentes. Así, la identidad específica de una página de inicio es la que tiene en cada momento –e incluso a veces se renueva en el mismo momento en que se la está leyendo–, y el lector sólo puede conocerla cada vez que accede a ella, nunca “anticiparla”, como sí es posible cuando se vuelve a leer el mismo ejemplar de una revista de papel.

El soporte digital, por otra parte, produce un cambio profundo si se piensa en términos de las instancias planteadas por Cingolani (2009: 3 y ss.). Como observa Tatavitto (2011: 30 y ss.), mientras en el kiosco las tapas compiten en “sintagma”, ya que están co-presentes las tapas de revistas del mismo género-P (y también las de otros géneros-P), las páginas de inicio lo hacen en “paradigma”: la puesta en pantalla de una página excluye la de cualquier otra. La página de inicio entonces, en las modalidades habituales de lectura, no compete con otras en simultaneidad ante las miradas de los lectores; en esta condición, la instancia exhibición se disuelve o, en todo caso, se funde con la instancia lectura. Al respecto, Temperley (2011: 3) señala que “en estas *homes* la exhibición y la lectura

se producen en una relación que podríamos denominar de acople pues ellas aparecen frente al usuario como *puerta de entrada* y al mismo tiempo como cartografía orientadora de la lectura”

En cuanto a la instancia almacenamiento, también se disuelve: si bien existen recursos de software que permiten grabar “congelado” el contenido de un sitio —muy útiles para trabajos como este—, parece claro que su empleo no es por el momento parte de las conductas habituales de los lectores. Además, pierde sentido intentar almacenar algo que cambia varias veces al día pero que, a diferencia de la radio y la televisión, no se caracteriza por un flujo continuo sino por una secuencia de estados “fijos”. Se puede, por supuesto, guardar una página todos los días a una hora determinada, pero eso sólo dará cuenta de cuál era su identidad específica en un momento, no de su identidad cambiante, dinámica. Ni siquiera el hecho de que la mayoría de los sitios permitan leer parcial o completamente los contenidos de las llamadas *ediciones anteriores* puede relacionarse con el almacén; la “anterioridad” así expresada es una herencia del universo del papel, ya que, por definición, todos los contenidos que el sitio permite leer forman parte de su estado actual.

Si se tiene en cuenta su relación con los contenidos, el estatuto de la página de inicio del sitio web no es homólogo al de la tapa de la revista de papel. Si bien, al igual que ella, identifica para el lector los contenidos más “atractivos” a los que puede acceder, su oscilación entre el mostrar y el ocultar es más compleja. En relación al número de papel vigente de la publicación (y en la mayoría de los casos también respecto de los ejemplares anteriores), la *home* permite un acceso parcial a los contenidos mediante diversas estrategias: a veces, se puede acceder al comienzo de varias notas o artículos, hasta que se encuentra la indicación de que el resto debe buscarse en el papel[4]; a veces, hay algunos artículos completos, y un sumario del resto; a veces sólo se puede leer el sumario. Pero el acceso al ejemplar de papel es no sólo costoso, sino trabajoso; para llegar a él, y también para leerlo, es imprescindible abandonar el lugar frente a la pantalla, y por lo tanto, la *home*.

En cambio, si el sitio web tiene contenidos «propios» (no tomados de la edición de papel), el acceso es completo e inmediato. Esta inmediatez es una diferencia no desdeñable: la insinuación propia de la tapa de papel antes mencionada no es una cualidad tan importante en los títulos de la página de inicio, ya que el lector puede acceder de manera inmediata y «gratis» (volveremos sobre este punto más adelante) a ese contenido, y terminar de decidir después de un primer vistazo si sigue o no con la lectura. Pero además, la página de inicio también contiene habitualmente vínculos hacia contenidos que no son «propios» del sitio, es decir, permite el acceso

del lector mediante un clic a otras páginas web. En cierto sentido, puede decirse que la página de inicio tiene «salidas habilitadas» de sí misma.

Por otra parte, hay que considerar que si la tapa de papel es por excelencia la vía de acceso a la revista, la *home* es sólo uno de los caminos posibles: “el portal o *home* es un dispositivo de acceso múltiple: se puede entrar por la puerta, la ventana, la chimenea” (Bitonte y Vassallo 2011: 69). En el mismo sentido, Sigal (2011) señala que con la generalización del uso de los buscadores “la información ya no se encuentra atrapada en el *corset* conceptual que le impone la identidad de cada sitio sino que se hace posible un contacto más directo entre cada página particular y el usuario”. Aun cuando puede pensarse que para algunos lectores de ciertas páginas (como aquellos que incluyen al sitio entre sus “favoritos”) es la vía principal, la posibilidad del usuario de Internet de llegar al contenido de un sitio sin pasar por su página de inicio hace que la función de esta como puerta de acceso se vea, como mínimo, atenuada.

4. El lugar mediático de la tapa de la revista de papel

La noción de “medio”, tal como ha sido formulada por Traversa (2001: 236-237), involucra una dimensión social, es decir, aquello que tiene que ver con la característica de mercancía, servicio o ritualización de los contenidos, y el tipo de acceso –pago o gratuito, restringido o generalizado– a los mismos. En este sentido, las revistas de papel de gran público se caracterizan por ser mercancías de acceso pago y generalizado (hay excepciones parciales, como las publicaciones que están prohibidas para menores). Estas características son propiedades necesarias pero no son suficientes para definir el lugar mediático específico que ocupan estas revistas; está claro que los diarios de papel comparten las mismas características, y también otros productos no pertenecientes a la prensa gráfica, como los discos compactos o los dvds.

Como ha observado Verón (2004: 82 y ss.), para especificar el lugar mediático de las revistas de papel es necesario considerar su relación de intertextualidad principalmente con los diarios, y también con otros discursos informativos –es decir, aquellos que se ocupan de la actualidad– como los de los noticieros radiales y televisivos y, hoy en día, los de los llamados medios online.

Verón señala que una de las propiedades características del discurso de las revistas de actualidad, de la que denomina “prensa burguesa” es que nunca es completamente informativo, ya que contienen siempre un grado de presuposición por parte del lector de aquello de lo que se habla mucho mayor que el de los diarios. Esto vale especialmente para los títulos, en los que la dimensión metalingüística predomina sobre la referencial. Po-

demos afirmar que este fenómeno se da de manera aún más radical en las tapas de la revista, ya que en lo textual está compuesta fundamentalmente a partir de títulos propiamente dichos, subtítulos, bajadas, y carecen de notas completas[5].

Estas características diferenciales de las revistas de papel con respecto a los diarios tienen que ver fundamentalmente con el tipo de vínculo que unas y otros mantienen con la *actualidad*. Aquí entendemos necesario discutir qué es lo que llamamos actualidad, y fundamentalmente, actualidad periodística o mediática. La versión online del Webster's Dictionary define actualidad (*'current events'*) como “acontecimientos contemporáneos en asuntos locales, nacionales o mundiales (*'contemporary developments in local, national, or world affairs'*)” (Merriam-Webster 2011). Sin embargo, esta definición se ajusta mal a lo que llamamos actualidad periodística o mediática, ya que esta, por una parte, sólo se ocupa de un conjunto relativamente acotado de acontecimientos “del mundo”; por otra parte, tal como está planteada, la definición parece indicar que la actualidad es algo que ocurre por fuera del tejido mediático.

El Diccionario de la lengua española define la actualidad como “cosa o suceso que atrae y ocupa la atención del común de las gentes en un momento dado” (Real Academia Española 2011). Aquí, la definición se aproxima un poco más a la problemática de la actualidad mediática, ya que, en las sociedades contemporáneas, lo que “atrae y ocupa la atención del común de las gentes” —es decir, de una gran cantidad de personas— necesariamente tiene que ser (re)presentado en los medios de comunicación masiva. Aún así, subiste la idea de que la actualidad está conformada por cosas o sucesos (acontecimientos).

Sin embargo, otro elemento de la definición es útil para formular de manera más precisa el concepto de actualidad periodística. Ya no se exige que las cosas o sucesos sean contemporáneos; importa si ocupan la atención en un momento determinado, no cuándo ocurrieron «los hechos». Esta salvedad, entendemos, permite destrabar el problema que supone identificar actualidad con un conjunto de acontecimientos «del mundo». La actualidad periodística o mediática está conformada por el conjunto de *acontecimientos discursivos* producidos por los medios en un momento dado. Se puede incluso avanzar un paso más: es la producción enunciativa de los medios masivos lo que convierte un hecho “crudo” en un acontecimiento discursivo-mediático que pasa a formar parte de la actualidad. Actualidad, entonces, es aquello de lo que se ocupan en cada momento los medios en su conjunto; por eso no se trata necesariamente de acontecimientos del presente, sino de los acontecimientos o temas sobre los que se habla en el presente. Sólo así puede entenderse, por ejemplo, que un asesinato pueda ser noticia y parte de la actualidad varias semanas después

de haberse cometido (valer recordar el muy conocido caso de María Marta García Belsunce, cuya muerte comenzó a formar parte de la actualidad casi un mes y medio después de que se produjo el homicidio).

Rost (2002) ha caracterizado cinco tipos de actualidad mediática: inmediata, reciente, prolongada, permanente y no actualidad[6]. Entendemos que esta clasificación es útil a nivel descriptivo, siempre que no se entienda a esa tipología como compartimentos estancos. A nuestro entender, los discursos informativos se refieren a acontecimientos o temas que se ubican en distintas posiciones de un espacio continuo y no fragmentado que va de la actualidad inmediata a la permanente. Es por eso que nos parece preferible proponer el concepto de *espesor de la actualidad*. En la gráfica, cada publicación trabaja con un espesor de actualidad que está en relación directa con su frecuencia de aparición. Ese espesor, que varía para cada noticia o tema tratado, está dado, en términos aproximados, por la distancia temporal entre el presente de la publicación de un número (más precisamente, de su cierre editorial) y el momento, anterior, de instalación (o reinstalación) mediática del tema o noticia. En esta concepción, el espesor de actualidad mínimo de una publicación mensual es siempre mayor que el de un semanario, y el de este siempre mayor al de un diario. Esas diferencias entre espesores mínimos de actualidad son, a nuestro entender, las que posibilitan la dominancia de la dimensión metalingüística sobre la referencial en las revistas de papel de la que habla Verón. Así, la revista tiende a referirse a actualidades más estabilizadas que los diarios y los noticieros televisivos o radiales.

5. El lugar mediático de la página de inicio del sitio de una revista

Las páginas de inicio y el resto de los contenidos incluidos en los sitios web vinculados a las revistas analizadas son de acceso público, generalizado y gratuito. Si bien es cierto que por lo general es necesario pagar por el servicio de Internet –sea a la empresa que da el servicio de conexión, sea al locutorio desde el que se accede, etc.-, ese pago incluye la posibilidad de acceder a todos los sitios web que se quiera y tantas veces como se quiera; el lector no tiene que hacer pagos extras para acceder al sitio de una revista particular, ni la publicación recibe de manera directa ningún dinero cuando un lector accede a ella[7].

En cuanto al espesor mínimo de la actualidad, ya se ha comentado que en la totalidad de los casos relevados, en diferentes escalas, hay noticias que se renuevan con frecuencia diaria o menor, y hay casos en que esa actualización va al mismo ritmo que los diarios online. Veintitrés, por ejemplo, incluye en su página de inicio un recuadro de gran tamaño con la portada digital de la edición online de El Argentino; El Gráfico, mediante una configuración similar, actualiza permanentemente las noticias que son publicadas en la página del noticiero televisivo deportivo Sportia.

Prácticamente todos los sitios relevados tienen agendas de actividades y espectáculos, que se renuevan cada vez que hay información relevante como modificación de fechas, cancelación de una función, etc. Esta claro que, si bien hay diferencias de una publicación a otra, el espesor mínimo de actualidad de buena parte de estos sitios web es bastante más “angosto” que el de las revistas de papel a los que están vinculados, y está más próximo al de los diarios, sitios de información online e incluso de las radios y de los canales de noticias. Eso explicaría por qué en la mayor parte de los títulos y contenidos de la *home* no es la dimensión metalingüística la dominante, sino la referencial. En rigor, los títulos con mayor predominancia metalingüística son aquellos que remiten al ejemplar de papel; esos títulos no sólo “muestran” parte de los contenidos del papel: los jerarquizan, los recomiendan, eligen sus aspectos más atractivos para mostrarlos.

Está claro que, si bien el soporte tecnológico permite la actualización rápida y, por lo tanto, la inclusión de información de actualidad inmediata o de espesor de actualidad mínimo, no “obliga” a emplear ese recurso. Así, cabe preguntarse por qué la tendencia a la inclusión de noticias “frescas” es una práctica creciente en estos sitios.

Para una revista de papel, la cantidad de ejemplares vendidos es un indicador suficientemente preciso de su “éxito de llegada” a los lectores, aunque no de los hábitos, costumbres y preferencias de sus lectorados, cuyo conocimiento obliga a otro tipo de relevamientos (Verón 2004: 200-204). En cambio, en los sitios web la medida del alcance está dada por herramientas informáticas que permiten establecer cuántos usuarios únicos ingresaron a una página por día y hora por hora, en qué contenidos se detuvieron, el tiempo que permanecieron en la página, cuántos accedieron directamente y cuantos a través de otros sitios web, etc.

Así como la circulación es un parámetro clave para las revistas de papel a la hora de ofrecerse como vínculo entre su lectorado y los anunciantes, la cantidad de usuarios únicos que ingresan y, en menor medida, el tiempo en que permanecen en la página, lo es para los sitios web. Hay, entre quienes producen contenidos para sitios web, un lema implícito que, parafraseando la frase de Heráclito, establece que «nadie quiere entrar dos veces a una misma página». Para que los lectores accedan mayor cantidad de veces, para que quieran revisar a diario o incluso con mayor frecuencia un sitio web, es necesario renovar con frecuencia diaria o mayor los contenidos del sitio, y especialmente de su página de inicio. En el caso de los sitios ligados a revistas referidas fundamentalmente a la actualidad, el contenido informativo parece ser uno de los espacios privilegiados para esa renovación de contenidos que invite al lector a regresar. Hay, además, otros recursos de «feedback inmediato» –los llamados blogs del lector, los espacios para comentar las noticias, las encuestas sobre determinados

temas- que también contribuyen a renovar o al menos refrescar la actualidad.

6. Conclusiones

Creemos que el repaso anterior es concluyente respecto de que, por sus características, las tapas de revistas de papel y las páginas de inicio web ligadas a esas revistas conforman dispositivos completamente diferentes. Como bien señala Ornani (2011: 7) al comparar las publicaciones en papel y electrónica de Para ti, “la edición digital es *otra* revista”. Entendemos que, además, las diferencias enumeradas habilitan a una afirmación más contundente: no existen revistas digitales de gran público. Y no es porque la tecnología impida producir un homólogo virtual de la revista de papel: de hecho, *Corsa*, una de las revistas de papel, al igual que muchos diarios, tiene la así llamada *edición electrónica*, un facsímil digital del número de papel actual al que es posible suscribirse mediante el pago de una suma mensual (en otros sitios, como el de *Rolling Stone*, también se ofrece el servicio de suscripción, pero para recibir a domicilio el ejemplar de papel).

Por otra parte, existen, sí, publicaciones digitales que comparten algunas de las propiedades específicas de las revistas de papel: se publican con una periodicidad determinada, el contenido de cada número se mantiene inalterado, el número siguiente es completamente diferente desde la tapa, sólo utilizan los recursos disponibles de la prensa gráfica (no incluyen, por ejemplo, ni audios ni videos), y se ofrece la posibilidad de leer el ejemplar en formatos facsimilares a los del papel. Dos casos: la revista *Crítica*, del Área Transdepartamental de Crítica de Artes del Iuna; y *Quilombo!*, *revista digital de arte y cultura afro*. Se trata de dos revistas sin fines comerciales y que, no casualmente, no tienen contrapartida en papel. En realidad, los ejemplares digitales son la versión web de una revista que podría materializarse en papel (de hecho es posible imprimir todas sus páginas y compagnarlas como un cuadernillo).

Esta constatación nos lleva de lleno a la que entendemos es, al menos, una de las explicaciones principales de por qué, en el caso de las revistas de gran público, los sitios web no replican a las publicaciones de papel vinculadas a ellos. Básicamente, se trata de publicaciones con *modelos de negocios* completamente diferentes.

Las revistas de papel recaudan sus ingresos a partir de dos fuentes fundamentales: el precio que el lector paga por el ejemplar y la recaudación por publicidad. Los sitios web de esas mismas revistas tienen como única fuente de recursos la publicidad[8], cuyas tarifas, de momento, son muy inferiores a las que rigen al papel. Pero además, en la competencia por el lectorado y por los anunciantes, los sitios web de revistas no compiten sólo entre sí-competencia que, como ya se dijo, se da en paradigma, no en sintagma como en el caso de las revistas de un mismo género-P en el kios-

co-, sino que lo hacen con los restantes sitios web con fines comerciales, sean o no “sitios de revistas”. Sin embargo, por tratarse de *marcas* (títulos) ligadas a la información, esos sitios tienden a entrar, en mayor o menor medida, en competencia con los diarios online, con los sitios de canales de noticias, con portales de información. *Corsaonline*, por ejemplo, comparte muchas más características y contenidos con otros portales dedicados a la información de actualidad sobre automovilismo que con el ejemplar de papel de la revista *Corsa*.

En síntesis, reiteramos, entendemos que, al menos en el actual estado de los usos de la web, las revistas digitales de gran público no existen. La razón fundamental no es que la tecnología no pueda replicar un vehículo de contenidos homólogo al de la revista de papel. Lo que ocurre es que los sitios tienden a privilegiar la renovación de contenidos, una característica diferencial del dispositivo con respecto al papel, y al hacerlo reducen, en mayor o menor medida, el espesor mínimo de actualidad sobre el que trabajan, los que los ubica en un lugar del tejido mediático completamente diferente al que ocupan las revistas de papel, más cerca de los diarios, de los canales de noticias y de la radio.

Por otra parte, la naturaleza del soporte Internet hace que, en la práctica, aislar un objeto de otro (que no es lo mismo que aislar una pantalla de otra) sea, como mínimo, una práctica mucho más abstracta que hacerlo entre las publicaciones de papel. En este sentido, el lugar que la tapa como dispositivo ocupa en el papel se disuelve en la pantalla: no hay un objeto, no hay contenidos que semiocultar hasta tanto medie la compra.

Notas [↑]

[1] Una avance de este trabajo fue presentado en el VIII Congreso Nacional y III Internacional de la Asociación Argentina de Semiótica, realizado en Posadas entre el 6 y el 8 de octubre de 2010.

[2] Por cierto son numerosos los casos en los que una revista de papel es “acompañada” por un disco musical o de video; pero estos son siempre percibidos como objetos separados y, en el caso de las revistas de gran público, además, casi siempre se ofrecen como producto opcional y que requiere abonar un importe extra.

[3] Antes se planteó que, una vez comprado, un ejemplar singular tiene también una identidad numérica (material), y por definición esta puede tener cambios (manchas, roturas, cortes de hojas, anotaciones, etc.). Pero la identidad numérica, por definición, es fija, ya que no depende de los cambios que puedan producirse sobre el objeto.

[4] Véase Bitonte y Vassallo 2011.

[5] Hay alguna excepción muy de vez en cuando como, por ejemplo, cuando una revista publica el comienzo de un editorial en su tapa, pero se trata de un recurso inhabitual.

[6] En esta última están incluidos, por ejemplo, los contenidos accesibles a través del acceso al archivo que ofrecen muchos diarios online.

[7] Existen en la web sitios a los que sólo es posible acceder si se posee una clave que debe ser adquirida mediante un pago; sin embargo, no es el caso de los sitios analizados para este trabajo ni, en general, de los sitios asociados a revistas de papel.

[8] Aunque desborda los límites de este trabajo, sin duda que la “resistencia” de los usuarios a pagar por contenidos de Internet, no sólo los informativos sino también los recreativos, merece ser estudiada.

Bibliografía [↑]

- Bitonte, M. y Vassallo, M.** (2011): “Estrategias de interpelación a los lectores en las revistas de actualidad”, en este mismo volumen.
- Cingolani, G.** (2009): “Acerca de la tapa de semanario como dispositivo” en *Revista Figuras* N° 5.
- Genette, G.** (1997): *La obra de arte*. Madrid, Lumen.
- Merriam-Webster** (2011), consultado en <http://www.merriam-webster.com/dictionary> el 25/04/2011.
- Ornani, C.** (2011): “Tapa de revista y *home page*: ¿dos modelos para la apropiación de contenidos”, en este mismo volumen.
- Real Academia Española** (2011), consultado en www.rae.es el 25/04/2011.
- Rocha Alonso, A. y Di Cione, L.** (2011): “Puesta en página / puesta en pantalla. Revistas de música: saltos y rupturas”, en este mismo volumen.
- Rost, A.** (2002) *La actualidad múltiple en el periódico digital*, publicación electrónica, disponible en <http://www.saladeprensa.org/art552.htm>.
- Sigal, I.** (2011) “La *homepage* como elemento remanente”, en este mismo volumen.
- Tatavitto, M.** (2011) “De sorpresas, circulaciones e interfaces”, en este mismo volumen.
- Temperley, S.** (2011) “Barcelona on-line: una peculiar invitación a la lectura”, en este mismo volumen.
- Traversa, O.** (2001) “Aproximaciones a la noción de dispositivo” en *Signo y Señal* N° 12, pp. 233-247.
- Verón, E.** (2004) *Fragmentos de un tejido*. Barcelona, Gedisa.

Carlos Prieto

Es Profesor Adjunto de Semiótica en el Área Transdepartamental de Crítica de Artes del Instituto Universitario Nacional del Arte (IUNA); realiza y publica trabajos de investigación sobre medios de comunicación masiva. Se desempeña como Jefe de Trabajos Prácticos de Teoría y Medios de Comunicación de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. Trabaja como periodista en el diario Clarín. carlosprieto@gmail.com

Vestigios: El pasaje del soporte de papel a la virtualización

Silvina Rival //Fernanda Alarcón //Domin Choi //

En la actualidad, tanto escrituras como imágenes encuentran soporte en medios electrónicos que tienen un carácter de inscripción muy distinto del de las escrituras e imágenes objeto. Este pasaje (de lo analógico a lo digital) acarrea cambios en las características de la durabilidad de los soportes, introduce la problemática de la manipulación (la cual con la virtualización parece ser ilimitada), la de la accesibilidad (en tanto todo se convierte en información) y finalmente produce un impacto en las condiciones tradicionales de la conservación. Son estos cuatro aspectos señalados los que repercuten y determinan en la actualidad tanto la construcción del pasado como la conservación de la memoria en tanto, desde una concepción restrictiva del dispositivo, estas dependen de implicaciones técnicas y formas de organización material.

Palabras clave: digitalización, virtualización, soportes, revista, revista digital, dispositivos

Nowadays both the writing and images supported on electronic media have a registration character very different from object scripts and images. This passage (from analog to digital) brings changes in the characteristics of the durability of the media, introduces the problem of manipulation (which with virtualization seems to be unlimited), the accessibility (as everything becomes information) and finally makes an impact on the traditional conditions of conservation. These four identified areas impact and determine the currently construction of the past and the conservation of memory as, from a restrictive view of the dispositive, they depend on the technical and material forms of organization.

Palabras clave: digitization, virtualization, media, magazines, digital magazines, dispositives

1. Introducción

Comencemos con aspectos generales. Indefectiblemente, el *sentido* no es material sino incorpóreo, pero su génesis depende de los *sistemas semióticos* que tienen lugar en unas *configuraciones materiales* con un estado de la *técnica*, que siempre conlleva una dimensión histórica y social. Es decir si, en primer lugar, queremos aproximarnos al fenómeno del sentido

tenemos que invocar, además de los aspectos estructurales y los sujetos implicados en el proceso de producción, los modos de configuración material así como la técnica que, en términos amplios, podemos denominar *dispositivo*. En el ámbito de la semiología y el análisis del discurso, la noción de enunciación fue empleada tanto para el lenguaje como para las imágenes (fotografía, cine, televisión), así la noción de “discursividad” se extendió a diversas *materias significantes*. Más allá de la legalidad de la aplicación del término a distintos ámbitos, que ha acarreado diferentes polémicas, el siguiente trabajo intenta ser un posible complemento para el *análisis del discurso*.

La noción de discurso con relación a los dispositivos audiovisuales abre lugar a problemáticas que requieren ciertas aclaraciones o desarrollos. ¿En qué sentido podríamos considerar a los dispositivos audiovisuales como discurso? Si es la idea de *productividad del sentido* la que nos permite aplicar este término sobre campos que le son más o menos ajenos al lenguaje, en el mundo contemporáneo *high-tech* se hace urgente abordarlos teniendo en cuenta la dimensión técnica y sus configuraciones materiales, ya que cada vez más la producción del sentido pasa por soportes altamente tecnologizados. De este modo, nos parece legítimo preguntarnos en qué medida la teoría de la *enunciación* y el análisis del *discurso* tienen que tener en cuenta a la noción de *dispositivo*.

Ahora bien, para establecer una relación entre enunciación, discurso y dispositivo debemos salirnos de los límites de la lingüística. Para ello revisaremos dos teorías, que en una primera instancia tienen poco en común: la noción de dispositivo en Michel Foucault (1994) y la teoría de la enunciación de Bruno Latour (2002). En este trabajo la puesta en paralelo de estos autores sólo responde a la necesidad de trascender el ámbito formal del lenguaje para tratar la génesis material del sentido. No pretendemos así establecer filiaciones teóricas sino sólo mostrar dos modalidades (en un caso expansiva, y en otro restrictiva) de considerar los discursos en conexión con otras instancias.

2. La concepción expansiva en la noción de dispositivo de Foucault

La noción de dispositivo en Foucault presenta tres aspectos: *conjunto heterogéneo*, *lazos disyuntivos* y *estrategias*.

1) Un *conjunto heterogéneo* en el dispositivo de control de la locura se repartiría del siguiente modo: ciertas disposiciones arquitectónicas, hospitales psiquiátricos, hospicios, los discursos que implican estas instituciones como los tratados sobre la locura y el saber psiquiátrico en general, las leyes que regulan estas instituciones, disquisiciones filosóficas o morales sobre estas cuestiones, etc. Así, las heterogeneidades básicamente implican el lenguaje, lo dicho y, por otro lado, lo no dicho o lo visible (disposiciones arquitectónicas).

2) La idea de *lazos disyuntivos* toca la parte estructural: juegos de cambios de posiciones, modificaciones de funciones, enmascaramientos, justificaciones, etc. Es decir, dar cuenta de la manera en que se establecen las relaciones entre estos elementos.

3) La cuestión de la *estrategia* reside en ver por qué se impone este dispositivo de control de la locura en un determinado momento de la historia. Es decir, en este nivel se trata de evaluar el aspecto genético del dispositivo. Si los dos primeros niveles tienen que ver con los componentes y sus funcionamientos, este nivel tiene una *dimensión explicativa* de los precedentes.

Es evidente entonces, que Foucault no está preocupado explícitamente por la génesis material del sentido, pero si revisamos su recorrido teórico podemos ver un pasaje del análisis de las formaciones discursivas a la concepción del dispositivo que abarca instancias materiales y técnicas que funcionan intrincándose con los discursos, si bien esta configuración teórica (dispositivo) con su amplitud y complejidad nos permite analizar diversos ejercicios sociales, debemos agregar que los discursos circulan y se ponen en conexión con otras instancias (por ejemplo, el discurso psiquiátrico con los hospitales) bajo soportes técnicos y con ciertas configuraciones materiales.

Ahora bien, si tomamos en cuenta los comentarios y revisiones que han desarrollado Gilles Deleuze (1990) y Giorgio Agamben (2006) a partir de la noción de dispositivo en Foucault, podremos ampliar, o al menos precisar, un poco más las implicancias de la noción de dispositivo antes de continuar. Según la lectura de Deleuze, lo que se pone en juego en este “conjunto heterogéneo” son cadenas de variables que cambian de posición, se entrecruzan e interrelacionan (“lazos disyuntivos”) como una “especie de ovillo o madeja, un conjunto multilíneal” (Deleuze: 155). En este sentido, el dispositivo hace referencia a todo aquello que produce la “disposición estratégica” de una serie de relaciones, de prácticas y mecanismos, como una red que se trama entre sujeto, objeto y discurso; un juego de fuerzas de poder, saber y subjetividad. Desde esta perspectiva, es interesante destacar que Deleuze va a referirse a los dispositivos en tanto “máquinas para hacer ver y hacer hablar” (Deleuze: 155) que funcionan acopladas a determinados regímenes históricos de visibilidad y enunciación.

Por otra parte, Agamben, también retomando a Foucault, va a centrarse en cierta búsqueda a la que apunta el dispositivo: hacer frente a una urgencia y conseguir un efecto (subraya la cuestión de la estrategia). En este objetivo, según comenta Agamben, es posible rastrear o identificar un sentido de gobierno, una administración, una utilidad que acomoda la red de relaciones que despliega el dispositivo. De este modo, este autor encuentra pie para postular una generalización: “llamaré literalmente dis-

positivo cualquier cosa que tenga de algún modo la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos de los seres vivientes”. En otras palabras, un dispositivo es un mecanismo que genera diversos procesos de subjetivación.

Luego de estas elaboraciones, podemos decir que la concepción del dispositivo en Foucault es una noción expansiva, centrífuga, que no pone el acento en los soportes técnicos y en las configuraciones materiales en los que tienen lugar los discursos. Ahora, de lo que se trata es de poner en relación la técnica y la enunciación para ver si es posible concebir una noción restrictiva de dispositivo.

3. Técnica y enunciación en la noción de dispositivo de Latour

Bruno Latour, elaborando una filosofía de la enunciación, señala distintos regímenes. A nosotros nos interesan básicamente tres: el régimen de la reproducción, el régimen de la técnica y el régimen de la ficción. Pero antes de concentrarnos en estos tres, veamos cómo Latour concibe su filosofía de la enunciación. En la tradición semiótica, “la enunciación se define como el conjunto de elementos ausentes cuya presencia es sin embargo presupuesta por el discurso gracias a las marcas que ayudan al locutor competente a reunirlos a fin de dar un sentido al enunciado”. Sabemos que la semiótica y la lingüística se han constituido como disciplinas autónomas en tanto que la enunciación no se enmarca ni en un medio natural ni un medio social. La instancia de la enunciación es una instancia puramente discursiva y sabemos que el enunciador se diferencia de la persona que enuncia. Así, cuando Benveniste define la enunciación distingue tres niveles. El primer nivel es la realización vocal, el segundo nivel es la conversión de la lengua en discurso que él denomina la *semantización de la lengua*, y el tercer nivel, que va a ser el campo de estudio de la lingüística de la enunciación, es el *aparato formal de la enunciación*. Benveniste sólo se atiene a este último ya que quiere estudiar los condicionamientos formales presentes en la lengua que posibilitan la producción de enunciados. Como sabemos, no se trata de estudiar *el habla*, ni se trata de dar cuenta de cómo se transforman las estructuras virtuales en enunciados concretos sino, partiendo de los discursos, estudiar sus condicionamientos formales contenidos en *la lengua*. Esta estrategia que posibilita la autonomización de las disciplinas semiológicas y lingüísticas, para abordar el fenómeno del sentido, no ha tenido en cuenta la dimensión de la técnica. No podía ser de otro modo, ya que se trataba de fundar una disciplina, fundar un campo de observación. Ahora de lo que se trata es de ver las posibles conexiones de esta noción de enunciación con respecto a la técnica.

Para abordar esta cuestión, Bruno Latour parte de la enunciación como mediación. Para él, la enunciación no puede restringirse al acto de apro-

piación por parte del sujeto de la lengua para producir un enunciado, tal como tradicionalmente la define la lingüística. Sino que la enunciación, en un principio, tendría como función una mediación. Esta mediación se equipara con la noción de delegación. Enunciar es delegar. Para Latour, la enunciación remite en principio a la existencia que es el ser, el devenir, la delegación... El primer nivel de enunciación que Latour delimita es el de la *reproducción*. Este régimen de enunciación se caracteriza por la ausencia de enunciado y por la ausencia de asimetría entre enunciador-enunciario ¿Qué significa todo esto? En la reproducción de los seres biológicos lo que se pasa, según Latour, es el sí mismo. Un eucalipto reproduce eucaliptos, una jirafa reproduce otra jirafa, etc. En la reproducción, el descendiente se vuelve ascendiente, es decir la reproducción produce un cuasi-semejante.

Más allá del lenguaje, más allá de los humanos, este primer régimen de enunciación es fundamental porque se trata de la perseverancia en el ser, que hace que los seres vivientes se extiendan en la línea del tiempo. Cualquier análisis del sentido debe apoyarse en este hecho, en este primer régimen de enunciación. De este modo, no podríamos caracterizar otros regímenes de enunciación sin *la reproducción*.

La semiótica distingue el plano del enunciado del plano de la enunciación ¿Cuándo aparece esta diferencia o bajo qué condiciones podemos distinguir la enunciación del enunciado? Esta distinción aparece en la enunciación técnica. Es en esta dimensión que podemos distinguir el enunciador del enunciado y el enunciador del enunciatario. Estas diferencias son posibles gracias a lo que Michel Serres llama *cuasi objetos*. En principio, éste no es un signo, sino “el desplazamiento del enunciador en otro cuerpo diferente que ocupa un lugar incluso cuando el enunciador se retira y se ausenta dirigiéndose al enunciatario que ocupa su lugar”. Así es caracterizado el régimen de enunciación técnica para Latour. Por ejemplo, imaginemos una tejedora de canastos que produce canastos. He aquí un desplazamiento del enunciador (la tejedora) a un objeto (la canasta) diferente de ella que puede mantenerse y ocupar un lugar en su ausencia. Y también se puede distinguir un enunciatario, por ejemplo, un recolector de manzanas que recoge manzanas con la canasta, que no necesariamente se tiene que convertir en un tejedor. Entonces, en la enunciación técnica aparecen dos asimetrías: entre el enunciador y enunciado y entre el enunciador y el enunciatario. Es en la técnica en donde aparecen las asimetrías clásicas de la teoría semiótica de la enunciación.

Lo interesante de todo esto es que los humanos necesitan de este régimen para existir o mantenerse en su existencia. La divergencia entre el hombre y el mundo viviente surgiría con este régimen, sin el cual seríamos un linaje más en la naturaleza.

Otro régimen de enunciación que Latour distingue es el de la ficción ¿Qué caracteriza este régimen? Para empezar, estamos, por fin, en el dominio del lenguaje. En un relato un enunciador, del que nada sabemos, se envía en un narrador y nos pide que pasemos al papel de enunciatarios y narratarios, nos envía a otro espacio-tiempo: “Había una vez en el país de las maravillas...” y nos invita a identificarnos con un personaje, por ejemplo el príncipe azul ¿Quién es el enunciador aquí? El conjunto de todos los roles que éste ha inscripto en los relatos ¿Quién es el enunciatario? El conjunto de todos los roles que los relatos le han prescripto. Estas figuras no son humanas, ni individuos o habladores. La importancia de este régimen consiste en que sin él seríamos incapaces de figurar otros interlocutores y estaríamos limitados a un indefinible “nosotros”. Lo que caracteriza el régimen de ficción “es el envío, la diseminación, el comienzo a partir de la materia del *cuasi objeto* y la connivencia del enunciatario”. El retorno a un nivel n-1 no interesa tanto en este régimen ya que si así fuera se acabaría la ficción puesto que no podemos disfrutar de la ficción, y al mismo tiempo, remitirnos a la instancia de la enunciación. En la ficción nunca tenemos en un mismo nivel a n, n-1, n+1 y n+n.

De alguna manera, el régimen de enunciación de la ficción se apoya en las asimetrías surgidas en el régimen de la técnica ¿Qué relación hay entre el régimen de la técnica y los otros regímenes discursivos? Nuestra hipótesis es que todos los discursos ya sean del lenguaje o audiovisuales se dan bajo la dimensión técnica. La dimensión técnica no sólo presupondría la emergencia de las asimetrías entre la enunciación y el enunciado y entre el enunciador y el enunciatario sino también un condicionamiento organizacional y material sobre los discursos que podemos llamar *dispositivo*. El mismo Christian Metz ha dicho que la enunciación cinematográfica, a diferencia de la enunciación lingüística, es una enunciación “maquinica”.

Nuestra conclusión consiste en señalar que antes de llegar a una *concepción expansiva del dispositivo* deberemos pasar por un análisis de los discursos con sus implicaciones técnicas y formas de organización material, vale decir por una *concepción restrictiva del dispositivo*.

4. Problemáticas del soporte digital

Bajo esta concepción del dispositivo, y tomando en cuenta su noción restrictiva, se nos presenta la problemática del soporte y la de su durabilidad. Lo que a nosotros nos interesa es la temporalidad del soporte, que no tiene tanto que ver con el tiempo del discurso sino con el modo de trascendencia temporal. Podemos decir que toda la dimensión cultural yace en la cuestión de la durabilidad del soporte. La conservación de la cultura reside en su durabilidad: el papel, el lienzo, etc. son materiales signados por su deterioro (más allá de que existan ciertos eventos culturales signados por lo efímero), y sobre esa durabilidad se apoya la dimensión de la cultura.

El pasado y la conservación de la memoria también dependen de los soportes y su durabilidad. Cualquier acceso al pasado se da a través de vestigios (como documentos) que siguen persistiendo. El vestigio, según Jameson (2009), tiene una característica ontológica y paradójica: es lo que ya no es pero sigue siendo.

Tanto el lenguaje como las imágenes, antes de la irrupción de la tecnología digital, se han materializado a través de lo que llamamos escritura/objeto e imagen/objeto. Desde la escritura cuneiforme hasta la imprenta, pasando por diferentes soportes y materiales, se han constituido como escrituras/objeto. De igual manera, para las imágenes. Antes de la tecnología digital, las imágenes se nos presentaban como objetos concretos. Desde las cuevas de Altamira hasta la fotografía analógica. Es decir, tanto la escritura, como las imágenes y los sonidos registrados, pasaron de ser objetos materiales a archivos digitales y en esa transmutación su estatuto se ha tornado ambiguo.

En la actualidad, tanto la escritura como las imágenes se soportan en medios electrónicos que tienen un carácter de inscripción muy distinto (en lo que a los soportes refiere) a escrituras e imágenes objeto. Esto abre a la problemática de la durabilidad de los soportes, de la conservación de la memoria y la construcción del pasado. No olvidemos que el pasado siempre es una construcción del presente.

¿Qué estatuto podemos darle a este cambio de soporte? La imagen electrónica es semi-material. Si consideremos la escritura y la imagen como huellas exteriores, con esta técnica ya no se puede hablar de huella física, material, ya que la escritura y la imagen se convierten en información, una combinación de códigos binarios (ceros y unos), que no conllevan materialidad. Por otro lado, su conservación puede ser intacta pero también desaparecer o ser borrada de un instante para otro. Esto evidentemente cambia las características de la durabilidad. Y a esto se suma la cuestión de la manipulación y la modificación propia de los soportes digitales. Tal es el caso de la revista electrónica argentina *Otrocampo, estudios sobre cine*, la cual ya no solo no edita números nuevos sino que su archivo desapareció íntegra e instantáneamente al momento de su salida de circulación.

No podemos decir que el pasado desaparece con la emergencia de estos dispositivos pero sí que las cuestiones relativas a la perdurabilidad y la conservación de la memoria se ve radicalmente alterada.

En síntesis, este pasaje de soportes acarrea:

- 1) Cambios en las características de la durabilidad de los soportes.

2) La problemática de la manipulación, cuyas posibilidades son ilimitadas.

3) La cuestión de la accesibilidad, en tanto esta técnica convierte todo en información.

4) Un impacto en las condiciones tradicionales de la conservación de la cultura. Actualmente se puede en un rígido externo, por ejemplo, conservar algo que en términos de volumen físico sería mucho mayor.

Habrá que ver de qué manera estos cuatro aspectos señalados repercuten y determinan la construcción del pasado y la conservación de la memoria. Todavía no tenemos resultados sobre tales repercusiones pero consideramos que son estos cuatro rasgos las variables a tomar en cuenta en una reflexión sobre el proceso de virtualización de los soportes.

Bibliografía [↑]

- Agamben, G.** (2006): “¿Qué es un dispositivo?” [en línea] <<http://interfacesypantallas.files.wordpress.com/2008/02/agamben-dispositivo3.pdf>>
- Aumont, J.** (1992): *La imagen*, Barcelona, Paidós.
- Benveniste, E.** (1977): *Problemas de lingüística general II*, Méjico, Siglo XXI.
- Deleuze, G.** (1990): *Michel Foucault, filósofo*, Barcelona, Gedisa.
- Foucault, M.** (1994): *Dits e écrits III*, Paris Gallimard.
- Jameson, F.** (2009): *Arqueologías del futuro: El deseo llamado utopía y otras aproximaciones de Ciencia Ficción*, Madrid, Akal.
- Latour, B.** (2002): “Petite philosophie de l’*énonciation*”, [en línea] <<http://www.revue-texto.net/index.php?id=596>>.
- Metz, C.** (1971): “Cuatro pasos por las nubes, vuelo teórico.”, [en línea] traducción Domin Choi,
- Metz, C.** (1972): *Ensayos sobre la significación en el cine*, Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo.
- Traversa, O.** (2001): “Aproximaciones a la noción de dispositivo” en *Revista Signo&Seña* N° 12, Instituto de Lingüística, Facultad de Filosofía y Letras, UBA.
- Verón, E.** (1987): *La semiosis social*, Barcelona, Gedisa.

Silvina Rival

es Licenciada en Artes. Se ha desempeñado en diversos medios de comunicación como crítica de cine. Actualmente dicta clases de Redacción de crítica cinematográfica en la Fundación Universidad del Cine y en el marco del IUNA para las carreras de Artes multimediales y Crítica de artes. Es co-editora del libro *Imágenes de lo real. La representación de lo político en el documental argentino*.
silvinarival@fibertel.com.ar

Fernanda Alarcón

es Licenciada en Artes, crítica y ensayista de cine. Es profesora de Historia del Cine en el IUNA, JTP en Análisis y Crítica III en la Fundación Universidad del cine y dicta clases en diversos terciarios.
fernandalarcon@yahoo.com

Domin Choi

es Licenciado en Artes. Actualmente dicta clases en Teoría y Medios de la Comunicación en la Universidad de Buenos Aires. En el marco del IUNA es profesor de las carreras de Artes multimediales y Crítica de artes. También se desempeña en la Fundación Universidad del cine en la carrera de Historia, Teoría y Crítica cinematográfica. Recientemente ha publicado *Transiciones del cine, de lo moderno a lo contemporáneo*.
dominchoi@yahoo.com

De sorpresas, circulaciones e interfaces

Silvina Tatavitto

El horizonte problemático de los contactos entre circulación de mensajes y de bienes y servicios es la tesis general que orienta el examen particular de las inflexiones enunciativas ocurridas cuando las tapas de las revistas femeninas abandonan el kiosco y se instalan en los sitios web. Se recurre para esto, en la primera sección del artículo, al análisis de los tipos de contacto e intercambio entre medios para circunscribir la singularidad de la circulación de la prensa femenina, a partir de nociones como pasaje estilístico, de género, transposición; y, en la segunda, a la noción de dispositivo que completa, si así puede decirse, la de enunciación por cuanto permite acceder a la descripción de modos de configuración de los vínculos sociales y caracterizar, desde esa perspectiva, los modos de habitar la tapa en la web.

Palabras clave: dispositivo, transposición, enunciación, interfaz

About surprises, circulation and interfaces

Contacts between the circulation of messages and goods and services is the general proposition that encourages direct examination of the enunciative variations that occurred when the covers of women's magazines leave newsstands and migrate to the web sites. In order to describe such changes, the first section draws on the analysis of the types of contact and exchange between media for detecting the singularity of women's magazines circulation using notions of stylistic passage, gender, transposition. In the second part, the notion of dispositive is used to characterize the modes of inhabiting the cover of women's magazines on the web.

Palabras clave: dispositive, transposition, enuntiation, interface

El propósito general de este artículo busca situarse en el horizonte problemático de los contactos entre la circulación de bienes o servicios y la de mensajes, a fin de preguntar cómo entran en relación esos dos tipos de intercambio. La segunda finalidad, de corte más bien metodológico y, en buena medida, tributaria de la anterior consiste en revisar qué nociones de las actualmente disponibles puede emplear un análisis que intenta - partiendo de la postulación abstracta o teórica de la existencia de relaciones entre ambas series- avanzar en el examen de casos más concretos referidos a la circulación de ciertas textualidades de la prensa femenina. Aquí me

propongo usar y articular nociones tales como transposición, dispositivo, contrato de lectura, entre otras, y verificar qué cuerpo de preguntas son pertinentes (es decir las que abre y puede responder) en cada uno de estos conceptos.

Para emprender esta tarea, el apartado inicial del trabajo comienza retomando y ampliando algunas de las conclusiones a las que arribara en otro anterior[1], sobre las que me apoyaré para abordar más francamente, en la segunda parte del análisis, las preguntas que se ciernen cuando nos situamos en esa sinuosa interfaz al describir los modos de habitar la tapa en los portales y las inflexiones enunciativas que entonces ocurren.

1. Vicisitudes de los pasajes: prensa femenina y La Nación

La pantalla no depara grandes sorpresas para un lector frecuente de La Nación y navegante aleatoriamente regular del sucedáneo digital, como es mi caso. En el pasaje no hay más diferencias que no sean las lógicas y esperables de un cambio de soporte. Lo que aparece en el monitor se mantiene en un mundo todavía relativamente familiar.

Cuando elegí las revistas femeninas para examinar su vida on line esa experiencia previa me llevó a suponer que podría ensayar un análisis con correlaciones opositivas y cotejar, supongamos, sus titulares en papel con los de la pantalla rastreando transformaciones: por ejemplo, aparición de modos digitales de énfasis (sonidos, movimiento, variantes cromáticas o tipográficas), incorporación de videos, desaparición de ciertos contenidos o cambios en la retórica de titulación o de los copetes, la incidencia de la interactividad... En fin, éstas y todas las otras imaginables modificaciones derivadas de la dupla posibilidades -restricciones de un nuevo soporte que, esperaba, más evidentes en la prensa femenina comparativamente más juguetona, si es posible así describirla, en oposición a la grave y enjundiosa enunciación de la *tribuna de doctrina*. Diferencia que, conjeturaba, permitiría a las revistas (y más las de este tipo) una relativa mayor incorporación de los recursos digitales. Tal divergencia entonces construiría un observatorio privilegiado para detectar el despliegue de verdaderos saltos perceptivos derivados de oposiciones entre inclusiones/ exclusiones (mudo-sonoro) o configuraciones fijas (en papel) vs móviles y variables (propias de lo digital). La unidad de análisis en este hipotético procedimiento recaía, entonces, en el enunciado para verificar si su mayor o menor invariancia, resultante de las restricciones de los soportes en juego, promovía efectos de sentido heterogéneos a nivel de la enunciación.

Todos estos planes anticipadamente urdidos se desplomaron en lo que va del clic de la pantalla al encenderse cuando advertí que, a diferencia de La Nación, la prensa femenina interpone *distancias y brechas entre lo que ofrece en el mundo del papel y lo que concede en el digital*. Para entender

lo que pasaba recurrí entonces a una metodología comparativa, pero cambiaron los objetos: se trataba de contrastes y oposiciones entre unidades de análisis de orden circulatorio (trayecto estilístico vs el de género, revisados en el trabajo ya indicado) y no tan exclusivamente unidades del enunciado. Pero entonces, me había quedado pendiente revisar un pasaje particular como el de La Nación y aquí abordo, que trae nuevos contrastes, tributarios de las proposiciones de Oscar Steimberg (1993) aunque, tal vez, algo despojadas de su riqueza y complejidad en este punto preliminar de análisis donde el imperativo de síntesis conduce a esquematizaciones un tanto rudas o gruesas.

1.1 Tipos de intercambio y circulación entre medios

Si, en el caso de la prensa femenina, lo que se traslada del papel a la web es una identidad estilístico-enunciativa (un modo de decir insistente en distintos emplazamientos), lo que un tránsito del tipo género P depara de un soporte a otro es, por así decir, el reconocimiento de algo del orden del enunciado: su forma o molde *esquemático* y *anónimo*[2]. Y en esto hay una *sustancial* diferencia, ya no sólo con la migración estilística, porque que este tipo particular de circulación en el intercambio entre medios y lenguajes (Steimberg lo ha estudiado con el nombre de transgénero paradigmática, aunque no únicamente, representado por las formas simples en su vida mediática), tampoco es del todo equivalente a otro denominado transposiciones o, más corrientemente, versiones de, supongamos, Romeo y Julieta (en cine, ópera o ballet), que también traspasa – especialmente en sus modalidades más clásicas - principalmente ciertas invariantes del enunciado, pero de algún modo más próximas a la sustancia de un texto *particular y socialmente consagrado*: ciertas cristalizaciones consuetudinarias, por ejemplo, a conjunto de motivos o a la peripecia particular de unos determinados personajes - disparmente indemnes o reconocibles en las modificaciones adaptativas contraídas en cada una de ellas - y que funcionan como garantía de la legibilidad de una cierta continuidad. De allí que una de las cuestiones polémicamente debatidas en su reconocimiento o consumo social recae en cierto grado de exigencia de *respeto* al original, aunque no tanto porque entonces suele generar atribuciones descalificadoras de copia empobrecida[3]. Un reconocimiento, por así decir, *oscilante*, polarizado entre la *fidelidad* y el *desvío*.

En esa perspectiva de estudios en reconocimiento, el abordaje analítico suele concentrarse en describir cómo, en dicha oscilación, se despliegan los efectos de sentido promovidos por su desplazamiento. Aún cuando las unidades de análisis suelen ser aquí del orden del enunciado - como en el caso del transgénero - y pasibles de procedimientos contrastivos como el que indiqué al comienzo de estas páginas, su abordaje entrañaría rumbos metodológicos no siempre ni del todo convergentes con los que obran en la circulación de género, donde esa oscilación no suele ser enteramente el

centro del análisis[4]. Y no sabría decir si esta expulsión analítica obedecería a que, tal vez, el pasaje genérico presupondría un tipo de enunciatario que goza con lo que es modélica-matricialmente iterativo y no tanto con la invariancia de una configuración temático morfológica particular como en la versión; o si respondería acaso a que el par fidelidad- desvío define una lectura social pero no teórica (la diferencia entre una observación de 1º grado – consumo social- contrapuesta a otra de 2º grado, la del analista, si se acude a Luhmann).

El cuadro siguiente (figura 1) resume e integra los desarrollos de este apartado del trabajo y del siguiente

	Pasaje estilístico	Pasaje de género	Transposición/versión
Orden de la migración	Enunciación	Enunciado	
Reconocimiento de invariantes centradas en	Modos de decir	Su molde o forma/to	La sustancia de un texto particular y socialmente acreditado
Operatoria del pasaje- intercambio entre medios	<p>Brechas / rupturas</p> <p>Visible en:</p> <p>1. Contenidos y formas de consumo diferentes en papel y soporte digital</p> <p>2. Circuito de remisiones donde el papel "omite" el recambio a los productos digitales</p>	<p>"Borramiento" del pasaje</p> <p>Visible en:</p> <p>1 Similitud de contenidos y formas de consumo/ visualización</p> <p>2 Generación del efecto de "estar leyendo en papel"</p>	<p>Continuidad/ complementariedad</p> <p>Visible en:</p> <p>1 Ciertos artículos remiten a la web en una suerte de expansión on line del contenido impreso</p> <p>2. Circuito de remisiones donde el papel manda tráfico a la pantalla.</p>
Casos	Revistas femeninas	Revista decoración	Diario La Nación

Figura 1 Tipos de circulación

1.2 Estrategias de pasaje: la brecha como captura

Recién ahora, tras oponer tipos o modalidades de intercambio entre medios y soportes estoy en condiciones de explicarme el estupor inicial cuando acudí a la pantalla con mi experiencia de navegante por lanacion.com. A diferencia de ese diario el trayecto de la prensa femenina interpone rupturas y distancias entre el mundo del papel y el digital de un modo más pronunciado al *carnevalizar* (Traversa, 1995) lo que otorga la pantalla, sea en términos de contenidos como en modos de visualización asociados a lo impreso, excepto el recurso virtual Cosmotour, por otra parte poco generalizado[5]. Salvando los obvios isologos, solo perduran en el emplazamiento on line los rasgos estilísticos distintivos de cada discurso de marca, sus modos de hacer productos en este caso digitales. Su estrategia

de pasaje, entonces, no es otra que la actualización en el mercado de los medios de una tendencia más general que modela los escenarios económicos actuales, donde la diversificación de líneas de producto amparadas bajo una misma marca sombrilla o umbrella busca expandir la base de consumo penetrando estilísticamente[6] diferentes áreas de mercado y de intercambio semiótico para seducir y capturar otros segmentos de público.

Así, esta clase de circulación define un enunciatorio con poco apetito de género P (revista) para interpelar, en cambio, a quienapetece una modalidad enunciativa. En su desplazamiento al soporte digital encuentra disponible uno de los primeros formatos desarrollados en el entramado discursivo de la web para canalizar el flujo de navegación y coloca en pantalla otro producto, portales, para apropiarse del tráfico abierto por la red.

La brecha intermedios de su pasaje da cuentas, entonces, del modo de existencia de la revista en pantalla, construida como recordatorio a los navegantes - posiblemente seducidos por el modo de hacer y decir de cada marca - de una oportunidad alternativa de contacto estilístico con ellas en otro producto (revista), en otra práctica (leer) y en otro emplazamiento (papel); brecha visible también en el reenvío unidireccional de la web a la revista, nunca a la inversa.

Que se trata de portales, y no genéricamente de sites o páginas web[7], se confirma en esa voluntad de direccionamiento de tráfico (una de sus propiedades distintivas[8]), cuyo circuito de reenvíos entre medios revela la singularidad de la estrategia de circulación de la prensa femenina comparada con la de Nación que, en algunos de sus artículos, remite a la web en una suerte de expansión on line de lo que está impreso (Figura 2)



Figura 2 Expansión digital de contenidos impresos

Se podría ver en este procedimiento la continuación de La Nación por otros medios, como también las versiones serían prolongación de Romeo y Julieta en otros soportes. Arriba acá a una hipótesis: ¿su trayecto sería más bien del orden de la transposición (que describí previamente) y procede por una suerte de efecto de *complementariedad* entre distintas áreas de intercambio semiótico, a través de un pasaje donde el papel destaca vigorosamente a lanacion.com (Figura 3) y, a su vez, el portal se acerca a la página impresa, como atestigua la incorporación de una simulación virtual de *hojear* el diario, presente en el 2010[9]?



Figura 3 Indicación destacada de la opción digital bajo el título de la edición impresa

Efecto no constatado en la prensa femenina cuya gestión de las diferencias transpositivas procede de modo contrario, por fisuras o brechas entre el medio gráfico y el digital, observable también en la ausencia de reenvíos a la web en Elle, Vogue, Cosmopolitan y Para ti, donde nunca un artículo impreso explícitamente se continúa y expande en los portales; escisión más radicalizada aún en las dos primeras ya que ni en tapa ni en páginas interiores transcriben siquiera las direcciones electrónicas que, al menos, las otras dos presentan, aunque por cierto se trate de una presencia muy mitigada, por no decir disimulada: en tipografía minúscula al lado de la barra de códigos (Para Ti), en el lomo de la publicación impresa (Ohlalá!) y disminuida por el abigarramiento barroco de Cosmopolitan (en tapa y en páginas pares interiores).

2. Las tapas: sus modos de habitar en la pantalla

2.1 Transposición y dispositivo[10]: lo que depara cada uno

Ante un fenómeno de migración, entonces, preguntar preliminarmente si está procediendo por pasajes del orden del género o del estilo o de la transposición tiene, por lo visto, la ventaja de separar la paja del trigo. Detectar que se está frente a un trayecto estilístico entre distintos medios, soportes o lenguajes que atraviesa géneros P diferentes ayuda a delimitar un campo de pertinencia (qué tipo de oposiciones es legítimo establecer en la descripción de los productos textuales en juego).

Llegado a este punto del análisis de la circulación emprendo un segundo paso metodológico que, por un lado, vuelve a cambiar las unidades que

entrarán en contraste (tapas esta vez); por el otro, introduce la noción de dispositivo y muestras de control (como ya se sabe, corpus es hasta cierto punto equivalente a la práctica de muestreo en los estudios sobre público), por lo cual en esta sección del trabajo incorporo, con ese carácter, algunos otros títulos tales como La revista de Susana, Ohlalá! y Para Ti (aunque en el apartado anterior también me vi obligada a recurrir a las dos últimas)

Concebir las tapas de revistas impresas como dispositivo proporciona una vía destacada para estudiar procesos de circulación registrando las diferencias en cada emplazamiento, que no sólo recaen en aspectos configuracionales del enunciado, sino que están estrechamente vinculadas con la enunciación. Resulta un observatorio tal vez más aventajado para detectar aquellas variaciones podría decirse más finas del decir, que no siempre resultan nítidas si el análisis se mantiene solo y exclusivamente a nivel de la transposición o los pasajes sea de estilo o de género (en este último porque es una noción todavía lastrada de componentes del enunciado en su reconocimiento social y, en el caso de la enunciación estilística, porque reenvía muchas veces a la cuestión del gusto, como herencia conflictiva de su uso en variados campos disciplinares a lo largo de la historia)

Así pues esta noción consigue observar cómo un enunciado puede mantenerse idéntico en emplazamientos dispares y activar, sin embargo, enunciaciones diferentes, porque aquello que es dicho en ciertas circunstancias relacionales puede – cuando es sometido a otras – “recomponerse de un modo distinto y posibilitar modos de decir diferentes, con rasgos comunes y estables en cada una de las situaciones” (Traversa, 2009: 7).

2.2 El dispositivo tapa y sus localizaciones

Podría entonces preguntar si se modifica la enunciación de una tapa según fuere su localización, kiosco o portal de la web, dadas las variaciones relacionales contraídas en cada uno de ellos. En esta dirección, trato de inquirir qué ocurre cuando son *arrancadas* de la sintaxis competitiva que instauro el quiosco, esto es, la relación de efectiva copresencia de títulos-marcas que disputan o más bien segmentan para disputar el interés de un mismo colectivo social de consumo. Indagar, en suma, si fuera de ella (de esa sintaxis) las tapas –y los posibles cambios en la enunciación que pudieran experimentar- comienzan a asumir en los portales propiedades que darían lugar a *algo distinto*, como distinto es el cine que se consume ritualmente con otros en una sala oscura y el que se emplea en laboratorios con fines científicos; o, por el contrario, adoptan una modalidad de existencia donde las modificaciones enunciativas no terminan de reconfigurar por completo la articulación ya consagrada “entre técnicas de producción discursiva y técnicas sociales para la llegada pública” (Traversa, 2009: 2). Paso entonces a describir las formas de habitar de las tapas en los soportes digitales

Esta operación define, en principio, cuatro formas resultantes de la combinatoria de tres variables: 1- ubicación (en - fuera de la *home* o página de inicio), 2- reproducción o no la tapa del número comercializado en kiosco y 3- cesión o convocatoria de partes o fragmentos de contenidos del número impreso (concedida - denegada)

Los ejes opositivos configuran la trama compleja de remisiones del mundo digital al impreso y serían, digamos, *las inflexiones*[11] *de sus modos de decir al papel*, arduas y dificultosas en el marco de una estrategia de pasaje que procede por brechas y fisuras entre ambos. Los dos primeros atienden a la *home* en tanto espacio de inscripción (Verón, 2001): la variable 1 organiza el grado de rapidez del contacto visual para la ubicación de la tapa, en concomitancia con la lógica derecha/izquierda y superior/inferior que, en conjunto, determinan su importancia relativa en cada portal; la 2 da cuenta del tipo de inscripción de la tapa: si reviste carácter de réplica o si más bien se trata de una inscripción figurada, entendida como los modos elusivos en que se deja ver (Traversa, 1997). Finalmente, la convocatoria de los contenidos que aparecen en papel determina, cuando se produce, una muy diversificada gama de procedimientos que va desde operaciones de corte, fraccionamiento, síntesis, transformaciones y otras tantas alteraciones.

Aunque pudiera parecerlo, especialmente en el gráfico final, no se trata de una clasificación estática, porque no lo admitiría la inestabilidad o aleatoriedad de la textualidad digital en estos procesos emergenciales que estamos estudiando; por ejemplo durante el año 2009 *vogue.es* ofrecía secciones o canales que desaparecieron al año siguiente e introdujo otros nuevos, mientras que *elle.es* también en el 2010 incorporó otro[12]; la disponibilidad de acceso a notas y artículos impresos de *parationline* es desigual a lo largo del tiempo, los va liberando medida que envejece el papel al acercarse el lanzamiento del número siguiente; un comportamiento similar, aunque del orden de la inscripción, se verifica en *vogue.es*: en el 2009 presentaba un criterio, que durante el 2010 se combinó con otros y también los va mudando según se aproxime la nueva edición. Sin embargo, al menos hasta este momento, se tratan más bien de perturbaciones que no plantean nuevos ejes, distintos de los que acá consignados.

2.2.1 Puesta 1 en la *home*, reproducción, acceso denegado

Está representada en *larevistadesusana.com* y *revistaohlala.com* donde la tapa adquiere comparativo mayor destaque en la primera, por la posición más visible y detectable: aparece a la vista apenas se abre la página de inicio. (Figura 4)



Figura 4 Reproducción tapa impresa en larevistadesusana.com

Cuando se coloca el cursor sobre la portada, se activa la lupita del zoom (con la leyenda de suscripción) que la agranda o la reduce y son las únicas interacciones allí posibles. La captura de pantalla de Ohhlá! indica el lugar alejado del cabezal con los canales y ubicado en el sector que queda fuera del rectángulo delimitado por el monitor cuando se accede a la *home* (Figura 5)



Figura 5 Reproducción tapa impresa en revistaohlala.com

2.2.2 Puesta 2: en *home*, reproducción y acceso parcial

Detectable en *cosmonline* y *parationline* (Figuras 6 y 7) que colocan la tapa en un lugar rápidamente perceptible de la página de inicio - coincidente con el recorrido de lectura habitual (izquierda-derecha, superior-inferior) - en contigüidad con el despliegue de las distintas secciones y habilita el ingreso parcial a una selección de los artículos y notas del número comercializado en kioscos, a partir de dos recursos básicamente. En *cosmonline* uno es el tour virtual que finge modos de visualización asociables al papel, pero cuyos contenidos son ilegibles, a la inversa de lo que proporciona el otro recurso ofrecido, el sumario, que habilita leer la transcripción, aunque incompleta, de los artículos impresos y, por esta restricción, distinto del hallable en *parationline* que consiente la lectura de toda una nota de la revista impresa, pero su disponibilidad es desigual o variable a lo largo del tiempo (el domingo 1 de agosto 2010 había varios artículos con el ícono de ingreso denegado que a la semana siguiente quitó y, con la aparición del nuevo número, están otra vez negados)



Figura 6 Reproducción tapa impresa en *cosmonline.com.ar*



Figura 7 Reproducción tapa impresa en *parati.com.ar* principios agosto 2010

2.2.3 Puesta 3: en home, figuración y acceso denegado

La página de inicio de *elle.es* y *vogue.es* presenta dos caracteres: por un lado, el acceso a los contenidos está caucionado a una previa suscripción; por otro, a veces *se cae* del cabezal que despliega las secciones o canales (*vogue.es*) y lo que, en verdad, suele aparecer en pantalla sería una tapa *genérica* que no guarda estricta correspondencia con la de números impresos comercializados actualmente en kiosco por presentar, sea una portada de *fantasía* (*elle.es*), sea un conjunto imprecisable en términos de año, temporada o edición. (*vogue.es* y *elle.es*) Se trata de una inscripción figurada (figura 8).



Figura 8 Ubicación tapa figurada *elle.es*

La inconstancia o fugacidad de la textualidad digital es observable en *vogue.es* que de manera ostensible optaba durante el 2009 por la opción de inscribir un conjunto impreciso junto al cabezal (Figura 9, captura de pantalla del 22 de septiembre de 2009). En el 2010 cambia de criterio: el par de tapas[13] se desliza, se oculta al primer vistazo y recién se lo advierte junto con el rótulo de suscripción tras navegar hacia abajo, sin que reproduzca la portada del número en kiosco, que sólo coloca allí cuando se lanzó la nueva edición, aunque sin destaque ni clara indicación, ya que se pierde por su inclusión en “Se habla de” (figura 10)



Figura 9 Ubicación tapa figurada vogue.es 2009

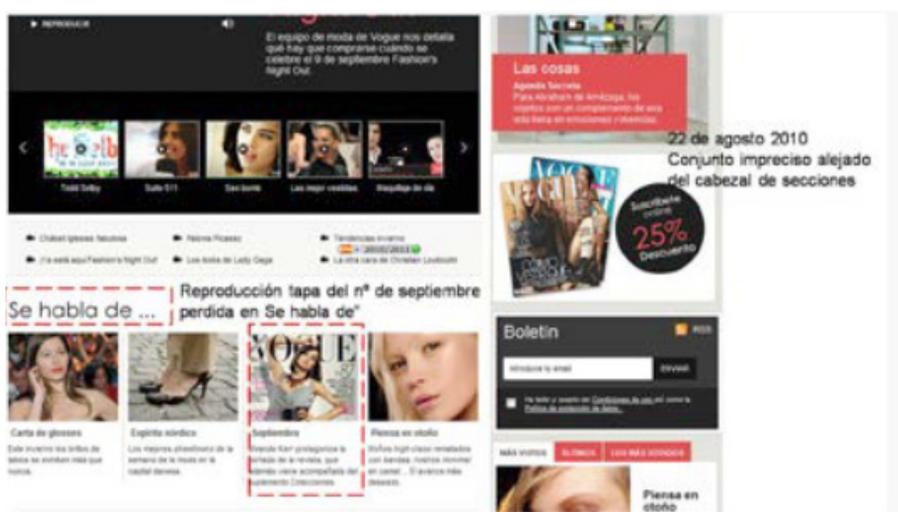


Figura 10 Ubicación vogue.es 2010 figuración y reproducción tapa

2.2.4 Puesta 4: fuera de la *home*, reproducción y acceso parcial

La inscripción de portada que replica el número comercializado en kiosco se emplaza en canales o secciones del portal (revista en ohlala.com y en los de moda y joyas en vogue.es) (Figuras 11 y 12) y despliega un muy diversificado abanico de múltiples procedimientos que casi nunca otorga el conjunto de notas y artículos completos, sólo hallables en papel y siempre sujetos a suscripción: sumarios o, en verdad, descripciones muy sintéticas del plato fuerte de la edición, archivo de tapas del pasado, making off de portadas anteriores... en fin, toda una gama de *evitación-develación parcial* que incluye transformaciones (síntesis, alusiones, descrip-

ciones) de los contenidos totalmente deparados por el número impreso, que resulta comparativamente más variada en vogue.es que en ohlala.com y cuyo estudio detenido podría ser un eje para discriminar los comportamientos de cada revista.

Figura 11 Canal revista

Figura 12 Canal moda

A continuación el cuadro esquematiza las distintas puestas (figura 13).

	Descripción de la portada del nº comercializado en kiosco				Cesión de fragmentos del contenido del nº impreso	
	Ubicación		Procede por		Delegada	Parcial
	Destacada (color)	Debitada (color de tinta)	Reproducción	Figuración		
Puesta 1	Su-OH		Su-OH		Su-OH	
Puesta 2	C-PT		C-PT			C-PT
Puesta 3	E-V				E-V	
Puesta 4		OH-V				OH-V

Figura 13 Puestas de tapa en pantalla

2. 3. Portales y puestas 1 y 3 de la tapa impresa en pantalla: una conclusión

Ahora bien, si una de las propiedades definitorias de la tapa impresa en tanto dispositivo es su fuerte contigüidad e interdependencia con lo que encierra (aún cuando evidencia operaciones constructivas y sígnicas diversas de las que obran en páginas interiores), en las puestas 1 y 3 dicha articulación de *frontera* (entre lo que está inmediatamente visible y lo que vendría a continuación), se encuentra comparativamente más obturada que en las restantes, ya que esa *tapa puesta en la home –incluso a veces de fantasía –*, en verdad, *no recubre (tapa) ni es puerta de ingreso a algo allí consumible* de los contenidos impresos y obraría más decididamente como reenvío al producto gráfico, en una suerte de recordatorio de una posible ocasión de contacto estilístico con la marca en otro soporte, no demasiado diferente, así, del recordatorio publicitario: la tapa reproducida en el anuncio de vía pública o en la TV recuerda la aparición de un nuevo número o edición especial e invita a comprarlo, mientras que la tapa puesta - pero no siempre replicada - en la *home* o página de inicio hace lo propio con la posibilidad de suscripción. Se trata, al parecer, de una puesta publicitaria de tapa en pantalla, de una inflexión publicitaria.

2.4 Tapa en kiosco y puestas 2 y 4 en pantalla

Pero además las técnicas constructivas (las productivas del texto impreso) tienen estrecha correlación con la sintaxis competitiva del kiosco (técnica social de llegada pública o circulación); sintaxis sobre la que se articulan operaciones de posicionamiento diferencial que el dispositivo tapa asume privilegiadamente para distinguirse de los contendientes del mismo tipo con los que allí convive, a través de un contrato enunciativo particular destinado a ganar un segmento del colectivo *mujeres -que gustan-y- compran-ese- género* (Verón, 2004).

La postulación de un contrato de lectura distintivo montado sobre la oferta temática indiferenciada del género en el punto de venta garantizaría que un grupo de lectoras descarte ciertos títulos y elija otros. En la bandeja

del kiosco la tapa entonces diría algo así como *soy diferente, elegime*, pero cuando aparece en un portal, qué es lo que propone, ¿se puede en principio postular que dice *probame* (formas 2 y 4)?

En tanto presencia más o menos destacada en la pantalla de un portal y habilitando *fragmentos* de los contenidos completos sólo hallables en el número impreso, la operación de diferenciación de la portada seguiría funcionando aunque, podría sostenerse, en paradigma[14]. La efectiva y amenazante copresencia de las competidoras en el kiosco está aquí, de algún modo, mitigada o atenuada por el carácter asociativo *in absentia* que asume en la red.

Tal carácter paradigmático de la presión competitiva podría, en parte, explicar la inflexión que se produce cuando pasa a ganar en la escena enunciativa la propuesta de *prueba de producto* - si se acompaña de los variados recursos que indican *algo* allí consumible de los artículos totalmente ofrecidos en el número de papel -, en una dirección no demasiado distinta de ciertos procedimientos o acciones promocionales muy difundidos, tal como el que se conoce con el nombre de *sampling*: la ampollita de alguna tentadora fragancia en el punto de venta, el sobrecito con perfume de una marca prestigiosa en revistas de alto nivel - Vogue sin ir más lejos- o el sachet de crema facial hidratante en las revistas dominicales de los diarios o en las femeninas... son estos, en fin, indicadores parciales o sinécdoque de lo que integralmente proporciona la posterior compra del producto en sus formatos, cantidades (gramajes o volúmenes) y presentaciones comerciales previstas para el tipo de consumo al que se lo destina[15].

A diferencia del kiosco, en el portal se obtiene una muestra, por así decir, *sinécdoquicamente* jibarizada del producto impreso, pero además la tapa indica, es signo indicial aquí, en la pantalla, de la apropiación de algo cuya totalidad está fuera de ella, en otro lugar, el kiosco, el papel. Tenemos entonces un texto (las revistas) y otro que es su remisión metonímica en la muestra virtual en esta puesta de tapa en pantalla. Y ese algo es por demás variable según cada título y recurso empleado: artículos y notas o fragmentos de ellos relativamente más plenos en el sumario de *parationline* que en el de *cosmonline*; a su vez el sumario de *cosmonline* más legible que su *tour* virtual; finalmente, esa porción concedida está relativamente menos transformada y es más rápidamente perceptible y localizable en *parationline* y *cosmonline* que en *vogue.es* y *ohlala.com*.

Esta posibilidad de agenciamiento - aunque más no fuere de un **sucedáneo metonímico**[16] **indicial** achatado, reducido o desinflado - es la divergencia más sustantiva con la prueba de producto que obraría en el kiosco, de algún modo prevista en la propia tapa impresa que, en virtud de su posición metonímica con lo que encierra, pone al frente una selección

o síntesis de los contenidos, es decir, una *muestra* de la totalidad que ella cubre y parcialmente devela.

Por otra parte, hojear la revista define una fruición o espectación *intervenida* – quizá en mayor grado de la que se realiza en la muestra on line – propia de los *consumos al paso* [17], expuestos, aunque disparmente, a las múltiples contingencias de los puntos de venta en la calle, aeropuertos o cualquier otro espacio público (tiempo disponible, nivel de ruido, aglomeramiento, etc.), y sometidos a dos restricciones ausentes en el portal. Una derivada del tiempo *socialmente permitido* para hojear, ese incierto lapso de límites difusos y tácitos que libra de sentir culpa por consumir *de arriba* [18]. La otra recae en los condicionamientos impuestos por la mirada del otro (kiosquero o cualquier ocasional personaje allí presente) *que observa lo que observamos*, el género que me seduce y hojeo (con desigual presión si es pornográfico o revista de cine, por ejemplo) y que me ciñe a un lugar social: conservadora si hojeo La Nación, lanzada si Cosmopolitan, paqueta si Vogue, celebrity fan si Susana...

La prueba virtual resulta así comparativamente relajada y libre, en correlación con un tipo de consumo más privado e íntimo que el efectuado al pie del kiosco, pero en todas las oportunidades se mantiene el acceso parcial: tanto hojear físicamente el número impreso como la muestra de tapa en el punto de venta y los variados recursos de muestra digital brindan sólo una parte de lo que concede la edición impresa, totalidad sólo asequible a condición de compra. El siguiente cuadro (figura 14) resume las diferencias hasta aquí descriptas.

	Localización Tapa	
	Kiosco	Pantalla (puestas 1 y 3)
Presión competitiva	En sintagma	En paradigma
Enunciación	+ Diferencia	+ Prueba
Muestra ofrecida de contenidos de producto impreso	Síntesis metonímica de tapa	Varios recursos de fraccionamiento o transformación (Tour virtual, Sumario, Síntesis, etc.)
Agenciamiento de la muestra	Obturado	Posibilitado
Consumo de:	Producto = Hojear + Público	Muestra virtual + Privado

Figura 14 Muestra en kiosco y en pantalla

Pero por qué la prueba indicada por la tapa en la pantalla de algunos portales entrega una muestra apropiable que en el kiosco y en papel definitivamente niega, a menos que la arranque del cuerpo de la revista. La diferencia ¿podría tener relación con el significado de mercancía más históricamente cristalizado en el caso de los productos gráficos?, ¿significado tal vez todavía inestable, o en proceso de legitimación o con otro cariz

en los digitales y, especialmente, en el portal de prensa femenina donde el negocio es generar tráfico de navegación para lograr anunciantes? En este punto por lo visto se ensayan soluciones muy diversificadas y, podría decirse, casi experimentales por transitorias y mudables, muy propias por cierto de los fenómenos emergentes cuyas gramáticas intentamos describir en este proyecto: contrato francamente pago (elle.es y larevistadesusana.com), gratuidad relativa (parationline y cosmonline) o algo indecisa (vogue.es) y gratuidad más plena en la transposición de La Nación (por otra parte interesante para observar porque el abandono final del papel por los diarios está sujeto a los vaivenes de una previa o tal vez concomitante discusión todavía pendiente sobre la gratuidad de los contenidos digitales).

Hay que moverse aquí con extrema precaución, estas reflexiones bordean el penumbroso terreno de contactos y bordes entre los procesos de producción de sentido y los relativos a acciones de comercialización. La oferta de un bien en diferentes circuitos de venta es indudablemente una decisión de marketing que obedece a modelos de negocio pero acarrea, sin embargo, implicancias semióticas por generarse sentidos diferenciados según ese bien, por ejemplo, se obtenga únicamente en canales de venta formales - supermercados, kioscos, tiendas, en fin, la superficie que fuere - o informales, manta en la calle o transportes públicos, entre otros.

Ahora no por sinuosos bordes desechables, puesto que modelos de negocios, packagings, canales de venta y distribución, modos de exhibición de producto en góndolas o vitrinas, entre tantos potencialmente enumerables, resultan ciertamente fenómenos comerciales pero, parafraseando la doble hipótesis de Verón, también son “en, una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido” (Verón, 1993:125). *Son también dispositivos de observación de interfaze.*

La cuestión entonces más espinosa pasa por construir abordajes metodológicos y procedimientos descriptivos para descifrar esa interfaze, que se ensombrece si carecemos de ellos; herramientas, en fin, apropiadas para analizar con pertinencia casos cotidianamente significantes como el colocar un paquete de sal en un lugar destacado de la góndola que promueve sentidos de producto de primer nivel y que se retraen o disuelven cuando se lo ubica en las inferiores, casi en contacto con el piso

3 Dispositivo, inflexión enunciativa y recorridos interpretativos de consumo

Retomo las portadas. Si se conviniera en acordar la existencia de enunciaciones distintas, como así también diferencias en términos de técnicas de llegada y consumo público de las tapas, según se localicen en el kiosco o la web (en los modos 2 y 4) ¿son estas divergencias razón suficiente como para postular que la tapa así puesta en pantalla constituye un dispositivo diferente?

Parecería que en su tránsito al mundo de la web, comienza a insinuar en los portales propiedades que podrían dar lugar a *algo distinto* de lo que produce cuando se ubica en el kiosco, ya que el horizonte de expectativas (aquello que es esperable en él o en los portales) y los recorridos interpretativos en cada caso estarían “determinados por un circuito relacional que modaliza el funcionamiento de la deixis” (Traversa, 2009: 8 y 9). Ese *algo distinto* aquí ¿es de algún modo correlativo a ese otro *algo distinto* que se enciende con la TV *familiar* para entretenerse en casa y la TV *vigilante* de supermercados o bancos?

No queda en este punto de la reflexión más recurso que extremar la cautela y optar más bien por la formulación, lo más pertinente posible, de un cuerpo de preguntas antes de avanzar hacia respuestas taxativas. Conocemos muy poco aún de esta área todavía incipiente de fenómenos discursivos en la web, tantas veces indecisos y que, en ocasiones, parecerían prometer la inminencia de una cristalización que, finalmente, no se resuelve.

Notas [↑]

[1] Véase “Dispositivos mediáticos: circulación de la prensa gráfica femenina en la web” en este mismo volumen.

[2] Aquí es donde simplifico, espero no inapropiadamente, las propuestas de Steimberg quien observa que ambos se definen por la conjunción de rasgos del enunciado y la enunciación pero, entre varias, una diferencia reside en la potencial mayor expansión circulatoria del estilo ya que el género es un fenómeno de relativo acotamiento (a un campo de desempeño, a juegos de lenguaje...); la otra divergencia recae en la clase de **reconocimiento** ya que “las descripciones de género articulan con **mayor nitidez rasgos temáticos y retóricos**, sobre la base de regularidades *enunciativas*. En las del estilo, en cambio –organizadas en torno a la descripción de un *hacer*– **el componente enunciativo suele ocupar el primer lugar**” (Steimberg, 1993:47). He respetado las cursivas del texto original y agregué las negritas.

[3] Descalificación, la de la copia, que revela la frustración de la expectativa de otro procedimiento transpositivo, tal vez menos frecuente, que Steimberg llama “disconfirmación de un automatismo de lectura centrado en el relato”, cuando la transposición permite “el despliegue de una verdad textual fragmentaria y hasta entonces oculta en las lecturas sociales del texto transpuesto” (Steimberg, 1993:90 y ss)

[4] Quiero decir, en una perspectiva teórica que dista de la descripción pesimista de los contactos e intercambios entre lenguajes o medios, adjudicable en cambio a los ecos apocalípticos de Frankfurt que aún se escuchan con grados diversos de intensidad en ciertos abordajes actuales

[5] Que ofrece cosmonline, pero no el resto de las publicaciones integrantes del corpus que aquí está en observación (Elle, Vogue, Para Ti, La revista de Susana, Ohlalá!) Véase la captura de navegación Cosmotour

[6] Véase “Dispositivos mediáticos: circulación de la prensa gráfica femenina en la web” en este mismo volumen

[7] Es casi apasionante seguir la suerte de puja metadiscursiva que existe en torno a la textualidad de la web (límites superpuestos y erráticos, inclusiones y exclusiones en la definición de tipos tales como portales horizontales, verticales, comunidades virtuales...) porque atestigua, una vez más, cómo en este momento emergencial *la máquina intermediaria* libra verdaderas batallas para estabilizar recorridos interpretativos, direccionar el conjunto de la previsibilidad social y reglar las relaciones entre producción y reconocimiento. Como observación al margen: un comportamiento metadiscursivo que demostraría el abandono del momento mcluhaniano que Steimberg (1993: 39 y ss.) concibe como propio de la etapa inicial del “dis-

positivo social – técnico y espectral- de un nuevo medio” se verifica en los intentos conflictivos por establecer distinciones entre dos variantes del modelo portal (los horizontales y los verticales, distinguibles por su inclusividad temático-enunciativa: mayor en los primeros y menor en los segundos) que reingresa a internet la tradicional confrontación prensa de interés general-especializada, respectivamente.

[8] Si el navegante decide comprar la revista se habrá aumentado el consumo de ese producto, pero el portal en tanto motor de tráfico está más orientado a entrapar a aquel más estilísticamente permeable, a fin de retenerlo allí para generar la frecuencia y el volumen de navegación necesarios que le permitan ganar pauta publicitaria (me ubico acá a nivel de GP ya que el acotamiento a un campo de desempeño competitivo es determinante) Verón, 2004

[9] En la semana del 16 de agosto 2010 introducía una demo virtual (inexistente durante el 2009) denominada: Hojear el diario. Nueva versión, que invitaba a leer diario “tal como salió impreso”, según rezaba el epígrafe. La denominación *Hojear el diario* no es ociosa en términos de la voluntad de acercamiento digital al papel, mientras que el nombre Tour virtual de cosmonline mantiene todavía distancia entre ambos mundos, a pesar de simular modos de ver asociados a lo impreso. Cabe consignar, que ya hacia el 2011 la demo de La Nación no está disponible, otro indicador de los comportamientos erráticos asociados a fenómenos en emergencia.

[10] Me guían en este apartado las formulaciones y proposiciones de Oscar Traversa planteadas en varios desarrollos, aunque principalmente seguiré muy de cerca los artículos “Por qué y cómo estudiar las tapas de las revistas: el papel de la noción de dispositivo” en: *Figuraciones 5*, Buenos Aires, Crítica de Arte, IUNA y “Dispositivo y enunciación: en torno a sus modos de articularse”. VI Congreso Internacional Chileno de Semiótica de la Universidad de Concepción, 2009.

[11] Tomo este concepto de Traversa O. 2009: 6 y ss., donde inflexión remite a la “incidencia del dispositivo en las condiciones de producción de sentido”, es decir, señalan cómo “el dispositivo es el responsable del desplazamiento del enunciado a la enunciación”.

[12] Vogue.es en el 2009 tenía nueve canales y once en el 2011: cayeron Vogue Vip, Foros, TV y se incorporaron Joyas, Celebrities, Living, Vídeos y Participá; elle.es introduce Novias

[13] Sólo ingresando a los canales de moda y si se va al archivo de portadas anteriores se puede, luego, advertir tras detenido escrutinio que una de esas portadas imprecisables corresponde al número en curso de agosto 2010

[14] Si bien la operatoria competitiva se piensa – en producción – obrando siempre y en toda instancia en co-presencia sintagmática, resulta especialmente visible en los estudios sobre público de imagen y posicionamiento - habitualmente empleados para el análisis de la competitividad- que la posición “en la cabeza del consumidor” - según la descripción más difundida de ese concepto - se resuelve en una organización de oposiciones paradigmáticas, donde cada entidad competitiva es lo que no son las otras. Así, posicionamiento y procesos de identificación-diferenciación marcaría son cara y contracara de las diversas acciones de marketing, comercialización y comunicación que aspiran a reponer distinciones – siempre de orden enunciativo en términos de contratos particulares- que los procesos de producción tecnología y su tendencia a la homogeneización “borran” en el producto.

[15] Si bien suele existir una asimilación irrestricta (producto = contenido), este tipo de muestra fracciona una “porción” de sólo uno de sus elementos -el contenido- que junto con otros conforman el producto tal como es comercializado deparando sólo parte de una vivencia cuya realización más plena se realiza posteriormente, cuando la compra habilita la totalidad de la experiencia que se expresa en el producto-marca tal cual es vendido en la góndola. La muestra así, está en relación sinecdótica con la integralidad del producto-marca, que está ausente de ella en el momento de degustación /uso, aunque presente en otra circunstancia témporo-espacial (anaquel de la perfumería, bandeja del supermercado en el momento siguiente de la compra, si la sinécdoque-muestra ha sido lo suficientemente persuasiva). No hay sinécdoque en el sobre de shampoo que es una de las formas de fraccionamiento usualmente comercializadas y destinadas a un empleo específico (traslados, viajes, sustituto en urgencias, por ejemplo) aunque cabría preguntar si, en caso de líneas diversificadas, no se modificaría su enunciación cuando aparece en las revistas: ¿se significa a sí mismo o a la totalidad de la línea Sedal, por ejemplo? Volviendo al planteo inicial, en esta perspectiva entonces es posible postular el producto en tanto función semiótica realizada cuando entran en correlación mutua y socialmente estabilizada lo que podría designarse como plano de la expresión (formatos/envases, presentaciones, tamaños, etiquetas, isologotipo, significación/pacto interpretativo

de consumo propuesto por la marca) y del contenido (el líquido fragante o la textura densa de una crema en volúmenes o gramajes particulares). Qué obra en la asimilación irrestricta contenido=producto, la idea, al parecer, de la existencia de una base material que pudiera ser indiferente a las distintas modalidades de intervención semiótica en que ella se presenta; la idea, en fin, largamente rebatida de escisión entre “materialidad” y “significación”.

[16] Estoy asimilando aquí metonimia y sinécdoque más por imperativos de variación lexical que por entero acuerdo con cierta tradición teórica donde la primera, junto con metáfora, es una “superfigura” que subsume aquellas otras con las que tiene alguna vinculación (Tassara, M. 2006)

[17] Finalmente, como sostiene Traversa, el kiosco es una *enciclopedia de consumo al paso* (Traversa, 2009:1)

[18] Y aún cuando se infrinja esa implícita y resbaladiza interdicción, ¿no suele ella, la infracción, autodisculpase o autopermiitirse con razones tan variadas como perfiles hubiere, puesto que podrían ir desde el gusto por la transgresión y la “avivada” hasta la falta general dinero o en ese preciso y puntual momento? (hipótesis, a mi juicio, que requeriría para su mejor esclarecimiento un estudio en recepción que recurriera a la combinación de técnicas observacionales con las cualitativas más usuales)

Bibliografía [↑]

Steimberg, O. (1993) *Semiótica de los medios masivos*. Buenos Aires: Ediciones Culturales Argentinas.

Tassara, M. (2006) “La figura en el tiempo”, Encuentro de presentación de resultados de investigaciones semióticas sobre Historia/s de los Medios, en las Actividades Pre- Congreso del VII Congreso Nacional y II Congreso Internacional de la Asociación Argentina de Semiótica, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Traversa, O. (2009) “Por qué y cómo estudiar las tapas de las revistas: el papel de la noción de Dispositivo”, en Figuraciones 5. Buenos Aires.ATCA-IUNA.

_ (2009) “Dispositivo y enunciación: en torno a sus modos de articularse”, en Actas del VI Congreso Internacional Chileno de Semiótica, Universidad de Concepción, Concepción.

_ (1997) *Cuerpos de papel. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1918-1940*. Barcelona: Gedisa.

_ (1995) “Carmen, la de las transposiciones”, en *La piel de la obra*. Buenos Aires: Instituto de Artes del espectáculo, UBA.

Verón, E (2004) “Prensa gráfica y teoría de los discursos sociales: producción, recepción, regulación (1998)” en: *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.

_ (2004) “Cuando leer es hacer: la enunciación en el discurso de la prensa gráfica (1984)” en: *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa

_ (2001) “Insignificancias”, en: *Espacios mentales. Efectos de agenda II*, Barcelona: Gedisa.

_ (1993) *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa

[↑]

María Silvina Tatavitto

Profesora en Letras (UNNE). Se desempeña como docente e investigadora en el Instituto Universitario Nacional del Arte y en la carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Ha publicado trabajos inscriptos en los desarrollos semióticos aplicados a los medios masivos.
silvintata@yahoo.com.ar

Observaciones acerca del tratamiento de las nuevas discursividades en la Web

Oscar Traversa

Las diversidad discursiva presente en la Web exige para su estudio diferentes recaudos, en atención, por una parte, a las cualidades de la digitalización asociadas a las posibilidades de recorrido y asociación con otros productos presentes en el sistema y por otra al tipo de vínculo que comporta con sus usuarios, tomando especialmente en consideración los alcances y los entrecruces con la temporalidad, distintos de los que puede suponerse que corresponden a las ediciones en papel. En relación con estas cuestiones, se presenta en este trabajo un conjunto de observaciones referidas a esos recaudos y a los resultados que pueden esperarse de su aplicación. Esas observaciones corresponden a semanarios y diarios de la Argentina, en especial en lo concerniente a las “front page” comparadas con las clásicas tapas en papel, las que se encuentran integradas a una investigación colectiva llevada a cabo en el Área de Crítica de Artes (IUNA), durante el período 2009-2010

Palabras clave: diarios digitales, dispositivos, enunciación

The discursive diversity present on the Web requires for study taking precaution due, on the one hand, to the qualities of the digitization associated to the possibilities of routing and association with other products present in the system and, on the other hand, to the type of link that implies with its users, taking specially into account the scope and the relationships with the temporality, different than those that can be assumed that correspond to the paper editions. Related to these issues a set of observations concerning these documents and the results that may be expected from your application are presented in this work. These comments relate to weekly and daily press publications in Argentina, specially with regard to the “front page”, compared to the classic coverings on paper, that are integrated in a collective research conducted in the area of Critic of Arts (IUNA), during the 2009-2010 period.

Palabras clave: digital newspapers, dispositive, enunciation

1. Nuevas discursividades en la Web: acerca de preguntas relacionadas con otros alojamientos textuales

A partir del 6 de agosto de 1991 cuando Tim Berners-Lee instala el primer sitio Web hasta nuestros días la red no dejó de crecer tanto en can-

tividad como en cualidad de los productos que aloja, parte de ellos son más o menos semejantes a los que se difundían (o se difunden) de otras maneras (desde periódicos a música o films). Este recurso hace posible una comunicación extendida de muchos a muchos, al contrario de lo que ocurre con otros de tipo “vertical”, la radio o la televisión, o bien otros, “horizontales”, el correo o el teléfono, en que el intercambio es recíproco, pero entre unos pocos. El proceso de expansión se multiplicó cuando, entre el 2001 y 2002, nuevos programas de gestión de contenidos hacen más fácil construir un sitio y tomar la palabra, dando lugar a múltiples innovaciones.

Buena parte de lo que se hallaba en otros alojamientos textuales pasó a integrarse a la Web, en principio la materia escrita y, poco más tarde, lo correspondiente a la imagen y el sonido. Este proceso no sólo dio lugar a un mero alojamiento o depósito de textos sino que generó, como ocurre con toda técnica, una modificación de las costumbres y de las relaciones institucionales, tanto desde el punto de vista organizativo como en las relaciones de propiedad –basta recordar las cuestiones referidas al derecho de autor- o la gestión económica, el llamado comercio digital.

Es necesario tener en cuenta que el núcleo central de la Web corresponde a la práctica de múltiples actores participantes que legitiman su existencia a partir de sus acciones tanto de lectura como de escritura (ambas entendidas en sentido amplio, en cuanto ejercicios productivos), las que remiten al despliegue de su cuerpo y el ejercicio de sus facultades cognitivas y emotivas. Finalmente estar en la Web es permanecer frente a una pantalla y, por medio de sus estímulos (discursivos), producir ciertas acciones que se corresponden sólo parcialmente con otras de la vida cotidiana, adjudicando a unas y otras un valor de confianza acerca de sus efectos y resultados (sean de saber, de relación, de juego, etc.). Pero, saber, relación o juego, en ese lugar, no son lo mismo a los que se realiza en otros es, finalmente, un cuerpo distinto el que los ejecuta.

2. Condiciones para aproximarse a la cuestión

Dentro de ese universo no numerable de productos de la Web un conjunto puede distinguirse el que corresponde a la información, la que clásicamente se alojaba en soportes de papel, sean estos diarios o revistas, o de diferentes intervalos de aparición que hacen referencia a la actualidad o a otras actividades más o menos cotidianas. Es en este dominio donde se han producido agudos debates tanto acerca del destino de la forma tradicional, en papel, opuesta a la digital, como de las consecuencias que pueden originarse a partir de ese cambio tanto sean económicas, políticas como profesionales[1].

En el contexto de estos debates, y las múltiples conjeturas que de ellos se derivaron, respecto de la pervivencia, destino o efectos de esos posibles

cambios es donde se hace necesario fijar la atención a partir de un interrogante diferente. Tal interrogante consiste en lo siguiente: si efectivamente se observan modificaciones en las costumbres de lectura, cuantitativos en principio, no se sabe aun cuáles son las propiedades que inducen esos cambios ni prever sus alcances y consecuencias. Se hace necesario, entonces, tratar de producir una modelización de esas diferencias, que habilite eventuales estudios empíricos en reconocimiento, que den lugar a formular hipótesis pertinentes acerca del origen de esos cambios, con el propósito de sustraer la reflexión del terreno de la mera fetichización técnica adosada a la derivante competencia comercial.

Planteadas la cuestión en estos términos siendo el universo de fenómenos presentes en la Web de tal diversidad exige establecer límites al campo de observación. Dado que un estudio de esa índole es comparativo, se hace necesario escoger en el universo en papel y el digital sectores susceptibles de poner en obra ese criterio, con el rigor exigido por un terreno tan poco transitado. Un sub conjunto, pasible de esa aplicación, corresponde a aquellos medios que cuentan con versiones en papel y digitales instaladas en la Web, pues de una u otra manera se encuentran en una relación competitiva que exige, no es un supuesto arbitrario, algún tipo de decisiones por parte de los productores respecto de esa situación. Es lícito suponer también que ellas no pueden dejar de manifestarse en la superficie discursiva, más allá del control que deseado o no, produzca efectos en la instancia del reconocimiento, debidos a las cualidades de esos productos.

Pero se hace necesario también establecer restricciones mayores para avanzar en la comparación pues el conjunto, una versión versus la otra, incluye una diversidad de organizaciones discursivas heterogéneas con propiedades que gozan de autonomía (una revista o un diario entraña una diversidad de componentes de muy diversa factura).

Se escogió como punto de partida de un estudio, que atendió a esas restricciones, a partir del componente a través del cual se establece un primer contacto con los productos periodísticos (ver el conjunto en *Figuraciones* N°9, 2011): las tapas, en el papel y el «front page» en la Web, los que cumplen con las condiciones de comparabilidad suficientes. Las observaciones se centraron en semanarios y, sólo en ciertos casos, en diarios dado que se contaba con datos de un estudio anterior (ver *Figuraciones* N° 5, 2009) dedicado a las tapas en papel. Se hará referencia aquí a ciertos fenómenos textuales, si se quiere mínimos en cuanto a extensión y saliencia, propios de dos diarios que instruyen acerca de las relaciones entre sus dos modos de presencia pública.

3. En torno a ciertos recaudos al acercarse al “front page” y las tapas

Lo primero que surgió como problema, a quienes participamos de ese estudio, fue lo resumido con los términos “parcialmente equivalente”, pues se notó que el inicio de ambas versiones, es decir aquello que los separa de otros productos de la Web (el “front page”) e indica su identidad –el nombre de la publicación- no eran semejantes a sus homólogos en papel, las tradicionales tapas.

Fijar similitudes y diferencias no constituye una tarea accesoria, fruto de una descripción exclusivamente componencial, reducida a una lista más o menos extensa de atributos. Si bien, esa tarea, es operativamente indispensable no puede considerarse suficiente, requiere además prestar atención a los procedimientos de relación con el medio, que conllevan cada una de las variantes que, al menos desde un punto de vista funcional en principio, pueden suponerse de plurales consecuencias en la producción de los vínculos, con los efectivos o potenciales actos de lectura (los límites de las acciones en una y otra variante no son semejantes).

Al igual que en caso de las tapas en papel, de atenerse al estudio anterior que evocamos (el que puede leerse en *Figuraciones* N° 5), las tapas o el «front page” gozan de cierta autonomía de procedimiento, por dar lugar a relaciones vinculares diferentes en cuanto a ellas mismas y a lo que remiten (el conjunto de la revista), el metafóricamente llamado “interior”. Tal término se emplea para distinguir el componente de separación e inicio del conjunto de las revistas, aquello designado como “tapa” (metaforización no solo propio de nuestra lengua, *cover*, *couverture*, por casos) opera como puerta para acceder a otro ámbito cuyas propiedades no son semejantes, la página de humor o los editoriales nos convocan de distinta manera, no esperamos lo mismo de cada una de esas partes.

Esta hipótesis acerca de las diferencias en las cualidades vinculares –características propias en cuanto a lo relacional y, en consecuencia, a la producción de sentido- de cada uno de estos lugares discursivos alude, en términos generales, a situarlos como *dispositivos*[2] diferentes en tanto son responsables de desplazamientos entre enunciado y enunciación no homogéneos. De aceptarse operatoriamente este estatuto se hace necesario apelar al doble examen: por una parte dar cuenta de la sustancia de los componentes de lo enunciado y, por otro, de las condiciones que los modelan en el *topos* particular donde se instalan, articulación que da lugar a las cualidades enunciativas y sus plurales inflexiones[3], resultado de su alojamiento.

En cuanto a lo primero, la sustancia, aquello que se nos da en las diferentes publicaciones de doble existencia es múltiple, lo que lleva el mismo nombre no nos dice cosas plenamente homogéneas: “Noticias”, “Veintitrés”, semanarios de actualidad; “Cosmopolitan”, “Para ti”, destinadas a

público femenino; “Nha”, “Barcelona”, de humor, y otras donde cada una de ellas adopta fórmulas de relación distintas entre sus diferentes versiones.

En cuanto a lo segundo, el *topos*, sus límites no se restringen a la mera reproducción de los componentes gráficos presentes en el mundo del papel, sino que los juegos propios de las pantallas se diversifican de manera heterogénea, en distintas direcciones (casos de “Barcelona”, “Nha”, “Rolling Stone”, una publicación, esta última, prevalentemente dedicada a la música), sea por la multiplicación de series (sonoras o de imagen), sea por juegos discursivos alejados de los gráficos o bien transformados, respecto al papel. Estos cambios se sitúan en el polo de la diferencia casi absoluta (fragmentaciones, cambios de ordenamiento, etc.) a la mera transcripción sin cambios (caso “El monitor”, una revista especializada en educación).

La inconstancia o inestabilidad de esas diferencias manifiestas en lo digital, sus cambios, incluso, permiten pensar —como veremos enseguida— en un experimentalismo sin rumbo definido guiado, puede suponerse, por el propósito de conquista de un público no bien conocido (o francamente desconocido en sus procederes de lectura). No sólo las revistas son actores de este proceso, a su modo, los diarios de régimen doble, son objeto de diferencias, aunque atenuadas, en especial en lo que concierne a la fragmentación de las notas.

Las variaciones, afectadas de inestabilidad, introducen una dimensión inusual en la investigación discursiva en este dominio; contingencia que puede pensarse como una dificultad ausente en los corpus cerrados (cierto tipo de estudios literarios o de medios con propiedades formales de mayor estabilidad temporal) o, a la inversa, como un síntoma interesante, dado que cada variante estable o las abandonadas, nos libran indicios acerca de lo que puede denominarse grados de *sintonías sociales fuertes o débiles* con respecto a un recurso, o conjunto de estos, pues su regularidad y estabilización permitiría pensar en una suerte de éxito de la “selección natural”.

Tanto la variedad de procedimientos como la inestabilidad temporal de los recursos gráficos, sonoros o configuracionales de los “front page”, en oposición a la estabilidad de los presentes en el papel, advierten acerca de la necesidad de articular de una manera singular los estudios en producción y los correspondientes al reconocimiento. Pues lo que se puede observar, en el corto período de existencia de las novedades técnicas, las conductas de lectura que propician la digitalización y sus tránsitos en la Web, no parecen dar lugar a relaciones semejantes o, al menos, desde la esfera de la producción no se las considera en paridad con los cambios posibles de realizar en el ámbito del papel. No es ajeno a este fenómeno,

vale tenerlo en cuenta, la relativa facilidad de las modificaciones en los productos digitalizados.

En cuanto a esto surgen, entonces, interrogantes del tipo: ¿puede leerse en la superficie discursiva algún aspecto que de lugar a entrever el destino que se le asigna, de manera más o menos vacilante, a una u otra versión? ¿La “toma de partido” en cuanto a la extinción de una u otra variante? ¿La fragmentación diferente del lectorado en uno u otro caso? Trataremos de acercarnos al asunto como una de las tantas preguntas, muchas veces paradojales, que nos inducen estas nuevas discursividades.

4. Acerca de ciertos “rasgos mínimos”

El propósito de los comentarios que siguen se refieren a una situación caracterizada por la incertidumbre en cuanto a la pervivencia entre la producción en “papel” y “digital” de los medios ya aludidos, tradicionalmente ligados a la primera modalidad, que han producido una *réplica* en la segunda. El carácter incierto, en cuanto al destinos de esas variantes, es posible de atribuirse a un conjunto de factores que remiten, por un lado, a cuestiones de índole económico –la prensa se sostiene por la adhesión pública y publicitaria, aun menguada en el universo digital- y, por otro, al carácter emergente de los fenómenos ligados al universo digital en su instalación en la Web, reñidos con costumbres de lectura de larga existencia. Esto último, fuente principal de la incertidumbre, corresponde a lo imprevisible de las relaciones que puedan generarse entre los usuarios de cada uno de esos modos de comunicación frente a los cambios que se suscitan en los hábitos de lectura. Los comentarios recaerán en “rasgos mínimos” (inestables y muchas veces transitorios), presuntamente dirigidos a modificar o sostener ciertas modalidades de frecuentación de la prensa, no ajenos a la posible opción por una de las variantes que actualmente se ofrecen a la lectura.

Las modificaciones esperables (pero asimismo indeterminadas) han dado lugar tanto a supuestos, unas veces audaces y otras más moderados, que se han situado en posiciones extremas. Entre los primeros se han realizado pronósticos, que incluían fechas de abandono del papel en plazo breve, entre los segundos hubo quienes le auguraban un destino de sobrevida por decenios o siglos. Tanto unos como otros se remitían a conjeturas, de dudosa base empírica, dado que el universo digital en oposición al soporte papel es aun escasamente explorado y, además, cambiante (no se sabe bien en qué dirección) y por tanto, desconocido en sus posibilidades, a la inversa del otro, que suma una larguísima experiencia sembrada de éxitos y fracasos, pero bien instalada tanto en su difusión pública como en las valoraciones en cuanto soporte del saber –las religiones y la ciencia- y de los ejercicios estéticos del lenguaje, la literatura.

Es posible, sin embargo, más allá de audacias o recatos, que la inquietud tenga buenos fundamentos. De observarse, por caso, la inclusión de

los más jóvenes en el universo digital, en el último lustro, hace trastabillar las previsiones de una pacífica reversión hacia el universo del “papel”, o al menos un respetuoso aprecio, de quienes se han incorporado en los hábitos del manejo de las pantallas desde la niñez.

Si se suma, además, que el artefacto visual “pantalla”[4] componente básico de las soluciones digitales, se ha incluido en un repertorio enorme de recursos, en la telefonía celular de manera reciente, sumando posibilidades antes reservadas a otros instrumentos de residencia fija. Situación que ha dado lugar a un continuo operatorio entre la movilidad urbana y la propia de los lugares de trabajo o los espacios privados (se practican las mismas acciones en la fábrica, la oficina, el café o la casa). Se agregan, por medio de ese continuo operatorio, nuevas modalidades de escritura y lectura que no pueden ser ajenas a opciones que asignen privilegios al recurso a la pantalla por encima de las soluciones tradicionales, aunque más no sea por extensión y facilidades de acceso.

Estos posibles efectos se exageran por la ampliación de los alcances de la red (Wi Fi y otras variantes) que han promovido una rápida adopción por parte del conjunto pero, muy especialmente, por parte de los de menor edad. Fenómeno acompañado y creciente de una disminución (o un desplazamiento del destino de los gastos) del costo, tanto del instrumental como de algunos servicios de transmisión. Sumado a esos factores, el recurso de la brevedad textual (Twitter) que, entre tantas otras cuestiones, permite eludir las dificultades propias de otros modos de escritura.

Se participa entonces aunque en forma menguada, por este último recurso, en la trama comunicacional a partir de mensajes sucintos (“mensajitos” o redes de transmisión de capacidad acotada) pero que garantizan, al menos, la inclusión en esa trama a aquellos de menores recursos, sean estos económicos o de escritura (¿un remedo de los vínculos ocasionales –o novedad- de los lazos sociales?). Esto último no vinculado siempre con la escolaridad o las posibilidades pecuniarias, sino también con exclusivos propósitos de aprovechamiento del contacto instantáneo y de la condensación propositiva. Los empleos políticos son una buena muestra de este último aspecto, en los que se privilegia el contacto por encima de la precisión argumentativa o referencial.

Podría señalarse entonces que nos encontramos frente a problemas que atañen tanto a configuraciones de sustancia discursiva (las cualidades y formas *de lo que se dice*) como también a los modos sociales en que se articulan esas configuraciones (sean estas nuevas o viejas), a partir de recursos técnicos cambiantes con los tránsitos sociales, tan novedosos como sorprendentes, al menos para los llamados “no nativos” en cuanto a esas prácticas.

Recientes acontecimientos políticos, en Egipto por ejemplo, que han dado lugar a la inclusión en los procesos de acción masiva de un componente que articula vínculos los que suponen relaciones espacio temporales, y no menos de diversidad social, de los que se hace difícil encontrar precedentes. O en sucesos más recientes en Inglaterra, donde fue cuestionado el uso de un SW, el correspondiente a los teléfonos Black Berry, por el anonimato de las fuentes y el destino que habilitan.

Se trata de un fenómeno que hace necesario, para ser estudiado situarse, en un espacio que integre al menos dos componentes: el que corresponde a los artefactos, entendidos como el lugar de inflexión –vía una topología inédita para el caso- de los desplazamientos entre los enunciados y la enunciación, papel solo posible de explicarse remitiendo, esa particular articulación, a un efecto propio del carácter técnico del dispositivo. Los sucintos mensajes telefónicos o de computadoras puestos en red agregan a la proposición política, un componente espacial indeterminado, de tiempos simultáneos y sin barreras, o definidas solamente por un artefacto de alcances asimismo indeterminados, por un lado.

Por otro lado, entendiendo ese papel de los recursos comunicacionales no como determinantes causales sino como integrantes de una totalidad (político experiencial de los actores) que pone al servicio sus propias transformaciones a otros procesos que constituyen su entorno (el técnico) y este, a su vez da lugar, a partir de sus variaciones autónomas, a reconfiguraciones y nuevos lugares de despliegues adaptativos para el primero.

Visto de este modo no se trata de una mera relación causa-efecto, sino de un proceso relacional en que los integrantes se despliegan a partir de reglas disjuntas (innovaciones técnicas, por un lado, genéricas y universales; relaciones políticas por otro, de carácter específico y locales), cuya articulación en un cierto momento da lugar a una factualidad irreversible (las consecuencias de una rebelión por caso), un acontecimiento en suma.

Estas articulaciones pueden alcanzar la producción de diferencias de gran magnitud, tal cual se ha conjeturado en el caso de Egipto, en que intervienen en el derrocamiento de un gobierno o, a la inversa, otras restringidas y localizadas, que recaen en pequeños grupos y de efectos limitados e inaparentes, un hábito de consumo o de relación ligado con una modalidad inédita de lectura, por ejemplo. Cambios limitados, inducidos por pequeñas variaciones en la textualidad, que dan lugar al sustrato técnico donde se asientan otros de diferente magnitud y consecuencias, cambios, como veremos, que no parecen ser atribuibles a orientaciones estratégicas bien definidas, resultados de las posibilidades de artefactos diseñados y puestos en el mercado con fines más modestos o diferentes, no previstos de antemano. Situación frecuente en el dominio de la comunicación, reacuérdesse los casos del gramófono y el cine.

5. Un punto de vista acerca de la cuestión “papel”/”digital”

Atentos a esto último (y también a cierto estupor frente a los hechos) nos proponemos comentar, de ese universo de relaciones originados en las novedades tecnológicas, una situación simple y para nada relevante, la que corresponde a los recursos puestos en obra por la prensa en cuanto a las relaciones entre las ediciones en “papel”, respecto a las que emplean el soporte digital. Recurso mínimo, con frecuencia, pero que sin embargo supone –por acumulación quizá– alteraciones en los vínculos de magnitud, en cuanto al destino de cada una de esas variantes.

Dando lugar esos recursos a potencialidades enunciativas diversificadas que admiten ser observadas, al menos como posibilidad, a partir de tres posiciones que, como veremos, se manifiestan en los medios de doble estatuto, respecto de sus lectores: 1. El *lector papel puro*, 2. El *lector digital puro* y 3. El *lector pendular entre uno y otra variante*, en cuanto a las posibles costumbres de lectura.

Si bien no están a nuestro alcance datos empíricos precisos acerca de la distribución de los adscriptos a cada uno de esas variantes puede suponerse su existencia y quizá también su participación en los cambios de hábitos de lectura. Sería fácil aventurar conjeturas acerca de los “puros”, por ejemplo, y más difícil formularlas acerca de los “pendulares”. De los primeros podrían adelantarse relaciones de fidelidad relacionadas con la edad y asociaciones consecuentes de pertenencia a la cultura de lo escrito, etc., de tratarse de “puros papel”, la inversa suponerse de los “puros digitales”.

En cuanto a los “pendulares” se trataría de un grupo del que podría admitirse, al menos, dos potenciales condiciones: un apetito de completar un faltante pero quizá en una marcha unidireccional, el batido del péndulo sería “papel”-”digital” y no la inversa. Una situación especial corresponde a aquellos cultores del “último momento”, la “noticia fresca” que, en ciertas circunstancias puede ser buscada por cualquiera de los tres grupos pero que, sin embargo, podría pensarse como más frecuente por los proclives al empleo de las versiones digitalizadas. Sea para la opción “puros” como “pendulares”, su lugar se define también por las cualidades de la oferta en cada una de las variantes, como enseguida veremos.

Precisando más: lo que comentaremos será acerca de esas posibilidades, sea la pendular o la cristalización en los extremos, de qué maneras se encuentra inscripta (¿inducida?, ¿invitada?), de modos distintos en las variantes papel y digital. Pensamos que estas adscripciones nos podrían dar lugar a formular algunas indicaciones acerca de las tensiones entre esos productos, quizá también de los imaginarios que se ponen en juego acerca del destino, tantas veces adelantado, acerca de la prosperidad de cada uno de ellos y cómo pasa a formar parte de las estrategias (deliberadas o no) de los productores. Veamos.

6. En torno a ciertas marcas en las tapas

Restringiéndonos primero a las tapas, diversos estudios revelan que desempeñan un rol de primera importancia en la relación entre el público y la constitución de un lectorado estable en la prensa en papel, dado que constituye la vía de acceso al conjunto del medio. Se han señalado factores referidos a su modo de contacto inmediato, la exhibición pública junto a sus competidores en los lugares de expendio, que remitirían al cumplimiento larvado de contratos de lectura, los que favorecerían la final adquisición y quizá también la fidelidad de lectura en el tiempo. En esa dirección, se formularon propuestas acerca de constituir ese componente como un verdadero dispositivo comunicacional autónomo, diferente pero estrechamente vinculado con el conjunto del medio, para nada ajeno a su éxito o fracaso o como se ha dicho, incluso, a su pervivencia[5].

Es necesario señalar que no pueden establecerse analogías estrictas entre lo que sucede en los llamados “front page” y las tapas, dado que no se encuentran esos componentes en paridad funcional, al menos en lo que concierne a la competencia con sus pares en los lugares de expendio u oferta (la Web no comporta las mismas relaciones que un quiosco[6] de diarios y revistas), ni tampoco en lo referente a su organización morfológica y modos de jerarquización de las partes. Pero, sin embargo, no es posible desatender su desempeño como elemento frontera, finalmente tanto la tapa como en “front page” operan como componentes que separan una entidad de otras propios de su universo (sitios u otros documentos presentes en la Web, otras revistas u otros diarios).

Detengámonos, por caso, en el diario La Nación, la existencia de un “doble” se hace evidente ya desde el título, debajo del nombre, en caracteres menores y tipografía diferente, se puede leer : *lanacion.com*. La ubicación espacial le adjudicaría el carácter de subtítulo, lo que no es consistente pues no existe ningún tipo de relación referencial; o bien tratarse de un slogan, tal cual lo hacen ciertos periódicos para indicar un propósito general del medio o un atributo a su modo de desempeño (muchos periódicos locales han empleado –o emplean- ese recurso). Pero la configuración indica que se trata de un nombre, tal cual se designa en nuestros días a los sitios en la Web.

Llama la atención también la integración entre el artículo y el sustantivo, fusión que muestra, a la vez, una diferencia y una familiaridad. La tipografía marca asimismo otra diferencia: la del nombre mayor es la tradicional, mientras que la otra, en minúsculas (uso corriente en las direcciones de Internet), prescinde de la mayúscula. Se esbozaría una oposición de lo tradicional y lo actual, que suma un rasgo cromático: el primer término es de color negro y el *.com* celeste. El diario no es uno sino dos: el mayor da lugar, anuncia quizá, la presencia de uno más joven (¿heredero?).

De esa filiación (o hermandad), más allá de lo proclamado, el propio diario anunciaba ese vínculo, sin mencionarlo explícitamente tiempo atrás. Se hizo presente esa relación en el momento de mostrar el esquema de la redacción de un “diario moderno”, en ocasión de dar cuenta, presuntamente, de una reforma de sus instalaciones, en la nota se indicaba la distribución espacial de la redacción. A los escritorios de los periodistas y redactores, ordenados en círculo, se los acompañaba de una nutrida instalación de pantallas informáticas y televisivas, estas últimas en altura y se sumaban dos espacios, inesperados en una redacción en papel. Uno de ellos, con la forma de un pequeño estudio de televisión, mesa semicircular con pizarra de fondo y, otro, más reducido donde se localizaba una cámara y un espacio unipersonal, los que se suelen emplear sea para reportajes o alocuciones individuales.

Efectivamente un diario moderno (o actual), debe valerse de la imagen y el sonido o hacer uso del conjunto con dobles propósitos, el empleo al papel y al digital. ¿Una espera, un preanuncio quizá, de un ejercicio exclusivo o, al menos, más amplio del recurso a la Web?

Anotando en el buscador (Google) *lanacion.com* surge como primera referencia “La nación impresa”, es decir que el nombre de algo presuntamente diferente reenvía a lo mismo. Pero, sin embargo, no es así. La fotografía de la edición del día no es coincidente (muchas veces ocurre) con la presente en la primera plana “papel”, sólo coinciden algunos títulos, donde se agregan materiales que corresponden al interior del diario.

De hecho, la configuración de la planta gráfica, en uno y otro, es también diferente, se trata en la versión digital de un verdadero “tablero de comando”, pues se da lugar a las “pestañas” que habilitan la navegación por el conjunto del sitio; recorrer el diario entonces con un ejercicio corporal distinto a los usos de la versión tradicional. Este tablero de comando, reenvía también a otros productos de la misma empresa editorial, cuyo sesgo estilístico -“ideológico”, si se desea- no coincide siempre con los del diario, ni supone los mismos puntos de vista (se accede a productos del tipo “Rolling Stone”, por ejemplo).

“La nación impresa” una entrada del “tablero de comando” ocupa un lugar especial, corresponde a un acceso que recibe el nombre de “Hojea el diario”, para hacerlo se debe contar con nombre de usuario y contraseña, contrariamente al resto de los posibles recorridos. Aquí se muestra la edición facsimilar susceptible de ser hojeada, tal cual se anuncia, al conjunto de lo que es posible de ver en el papel, pudiéndose recurrir a modificaciones de tamaño. Una “lupa” permite su lectura de forma cercana, al modo en que se podría realizarse en las condiciones de la versión tradicional; ese instrumento desempeña el rol de una prótesis que se asemeja al direccionamiento ocular, o el acercamiento que suele solicitar el papel.

La experiencia tanto local como internacional del empleo de este recurso al facsímil, conocido desde tiempo atrás, no parece gozar de simpatía por parte de los lectores, al punto de excluirse (o no ofrecerse de manera ostensible en el momento actual[7]).

De buscarse cualquier material de la edición papel en la electrónica, sea del cuerpo central o de los suplementos, puede encontrarse pero con otro orden y jerarquía (navegando por el sitio se suele decir), podría señalarse entonces una homogeneidad de sustancia pero una variación de ordenamiento espacial, tal diferencia no es ociosa en cuanto producción de sentido. Se han realizado múltiples observaciones, en lo referente al orden espacial, como componentes de un orden de lectura (una “sintaxis” espacial que pone en obra operaciones de producción de sentido no equivalentes, según sus variantes).

Si nos detuviéramos en otro medio de prensa, el semanario “Noticias”, nos encontraríamos frente a una situación diferente, en primer lugar, no llegaríamos a la edición digital por las vías de una remisión de la edición en papel, no se muestran en ella indicios de su existencia. La búsqueda espontánea nos remite a dos lugares: el portal AOL y otro producido por la empresa periodística Perfil, a la que pertenece el medio. Uno y otro distinto, pues el portal presenta un ejemplar de varias semanas atrás y el de la empresa el correspondiente a la semana. Un residuo, es posible, de una relación institucional senescente.

El “front page” de Noticias cuenta en el “tablero de comando”, con las pestañas para la navegación, de operarlas no muestran el conjunto, más aun la presentación de los materiales responden a una jerarquía particular, pues no da cuenta del orden del medio papel o lo presenta parcialmente, en algunos casos remite a otro número de la publicación. Suele ocurrir también la remisión a la edición en papel, la entrada por la “front page” permite también acceder a un componente que asocia imágenes y sonidos, donde se presentan números anteriores de la revista a partir de un pequeño resumen del artículo de tapa, a lo que se suman algunos anuncios breves referidos a otras notas.

Si pasamos revista a otro par de publicaciones, el diario Clarín y la revista Veintitrés, podríamos encontrar ciertas diferencias y semejanzas. En el caso del diario, el que cuenta con una importante edición digital, no se encuentran remisiones en las tapas, ni en otros puntos de la publicación a ese soporte, salvo dos menciones sin más referencias, en el despliegue de informaciones sobre el periódico en la página dos y otra en la cabeza de la contratapa del cuerpo principal.

Lo mismo ocurre con la revista Veintitrés, la que cuenta con dos entradas diferentes, una relacionada con el grupo de medios del que forma

parte y otra independiente. En la primera se muestra con la amplitud de las versiones digitales y, al igual que Noticias, con presentaciones parciales de algunas notas, de las que se señala que se completarán en la versión papel. En cambio la entrada directa, ya no del conjunto de los medios en que se agrupa, se muestra como un sitio de información y no referido directamente a la publicación semanal.

7. Las presencias internas

Son restringidos los comentarios que pueden presentarse en este particular. Pues el único caso en que se ofrecen ligámenes abundantes entre “papel”/”digital” se observan en La Nación, y no en el resto.

En ese diario se ofrecen dos manifestaciones: por un lado la presencia del “doble nombre”, en la cabeza de todos los suplementos, acompañados de la correspondiente identificación, *la nacion.com* “economía” o “espectáculos” por casos, aludiendo a esa doble existencia. Por otro lado: la invitación, al pie de ciertos artículos de la posibilidad de completarlos en la edición digital; en alguna oportunidad su extensión textual, en otras de su versión audiovisual u otros complementos informativos.

Es necesario agregar que no puede establecerse una regularidad, ni tampoco un tratamiento homogéneo en las diferentes partes. Puede agregarse una situación inversa, en la versión digital suelen presentarse avances respecto a lo que puede esperarse leer en papel, el anuncio de una nota por ejemplo. Esta última puede ser adelantada por el periodista, según el modelo del avance televisivo, su posición permitiría pensar en el empleo de los recursos de una “redacción actual”, según lo ya aludido respecto de ese nuevo diseño, para el caso de la redacción del diario La nación.

Se suman al establecimiento de relaciones dos componentes más: uno errático y otro estable. El primero corresponde a recuadros, suerte de “avisos”, acerca de la existencia de *lanación.com*, presentes en el cuerpo principal y en los suplementos; el segundo es la presencia de ambas publicaciones en el índice papel, un modo sucinto de ofrecer el contenido de las publicaciones. Como puede verse se suman ciertos componentes, pequeñas señales, que sugieren estímulos tenues al servicio de conductas de lectura que no se consolidan en una franca toma de partido por una de las fórmulas.

8. Comentarios

A partir de estas observaciones, si se quiere de residuos inestables (rasgos o eventuales cambios mínimos los llamamos), acerca de la relación “papel”/”digital”, las que no nos permiten suponer atribución intencional, pero sí como fruto de una deriva sin orientación precisa. Pareciera, dramáticamente, la puesta en escena de tensiones que dan lugar a configu-

raciones de emergencia súbita que para manifestarse lo hacen a partir de restos (casi “actings”[8], pedimos prestado el término al psicoanálisis) los cuales, tarde o temprano, tendrán que exacerbarse pues corresponden a potencialidades, propias de las cualidades técnicas del sistema, articulados con cambios en los usos del público, externos a la lectura de materiales periodísticos tradicionales (sitios que vehiculizan información de nueva factura, integrados o no en redes, etc.)

Se suma, es bueno repetirlo, que estos cambios mínimos están afectados de inestabilidad, incluso de marchas y contramarchas, en intervalos breves. Es posible que tal contingencia sea una característica de esta nueva discursividad, para tener en cuenta muy especialmente en los estudios en reconocimiento del público lector. No resulta sencillo modelizar un recurso para realizar un experimento pues puede aparecer como abandonado (u obsoleto) en el momento de procesar los resultados.

De un lado propenden, estos fenómenos, a la constitución de un grupo de lectura “oscilante”, o al menos a tratar de promoverlo, patentizado por La Nación y mucho menos por Clarín, a partir del aislamiento entre las versiones. En oposición a otro que tiende a consagrar la lectura “en papel”, manifiesto en ambas revistas. Asimismo, podría entre los diarios suponerse un modo más pronunciado de constituir un lector “puro” en el caso de Clarín, por apartamiento o distancia, del “otro lugar posible”.

Este escenario, de alguna manera competitivo, entre modos de presentar el mundo, sea el de la noticia o de los modos de construirlo a través de modalidades discursivas, ha dado lugar a diversas formas y con soluciones que no fueron menos variadas; el caso diario/radio, se remonta en Argentina a la década de los años 30. Apuntando, esta última, a la sinergia entre ambos medios. Complementariedad, para la relación diario-radio, simetría —o potencialmente tal- para las relaciones medio en papel - medio digital, lo que da lugar a diferentes tensiones.

El primer caso de competencia entre medios fue la instalación de la “teatrofonía”, un sistema basado en los enlaces telefónicos, muy pocos años después de la aparición de ese medio, que se aventura a ofrecer tanto música como informaciones, llegando, en algunos casos, a presentar programaciones que se extendían durante casi todo la jornada, incluía la música, el teatro, las celebraciones religiosas e informaciones corrientes, de tipo bursátil y financiero, que se adelantaban a la prensa escrita. Su extensión y, al parecer, su costo no lo situaban en condiciones de efectiva competencia, es de tener en cuenta la modesta extensión de la red en ese lejano momento, su creación data de 1884[9]. La aparición de las radiocomunicaciones puso fin a este sistema podría señalarse, que esa final situación es atribuible a un cambio de escala y no a una modificación de la materia-

lidad discursiva, en ambos casos se trataba de sonido, lo determinante fue el alcance público.

El amplio despliegue de la radio, que suma a su capacidad de distribuir información de manera extensa y sin limitaciones de público, agregado a la instantaneidad, se manifiesta como una competencia parcial y, además, ciertamente efectiva con el universo de los diarios, al punto que puede observarse un aplanamiento de las tendencias crecientes, manifiestas hasta los primeros años del siglo XX. Pero de todas maneras la fosa que separa la consagrada instalación de la cultura escrita con lo plenamente sonoro no se atraviesa a favor de esto último. Algo cercano se produce con el gran desarrollo de la TV, después de la segunda guerra mundial, pero con un carácter diferente, dado que su peso en la construcción de una imagen del mundo y sus contingencias adquiere un papel diferente al del fenómeno radiofónico.

La digitalización y los presumibles efectos de las redes informáticas se presentan de un modo distinto al que corresponde a momentos anteriores, pues no se trata de una ruptura con el universo de lo escrito, ni tampoco con el de la imagen o del sonido, sino de un nuevo modo de integración de esos componentes, en un sustrato tanto perceptivo como operatoriamente diferente. Lo que parece tomar la delantera es la inédita integración del cuerpo con la sustancia discursiva, no se trata solo de un cuerpo observante, solo operante a través de unos pocos gestos de manejo de las páginas de papel, sino de un cuerpo activo, limitado también en los movimientos pero más rico en los resultados de la acción, más diverso y poderoso en los efectos del contacto. Los tránsitos papel-digital, sin embargo, se muestran con características muy diversas, según el ámbito en que se incluyen, el de la prensa se distancia del correspondiente a las aplicaciones en educación, sorprende por caso la decisión tomada por Corea del Sur en fecha reciente, que ha resuelto en ese país eliminar el soporte papel de la educación elemental y se dispone a hacerlo en poco tiempo de la media. Lo que supone tanto que la nueva tecnología satisface por sus cualidades de sustancia como por las operatorias.⁰

9. Corolarios

a. De estas observaciones puede desprenderse, en primer lugar, que la participación en la semiosis social de estas nuevas discursividades no puede dejar de lado la reflexión acerca de un conjunto de aspectos: en primer lugar, lo referente a lo que ha dado llamarse materialidad del sentido, es decir, que éste para producirse como tal comporta un sustrato susceptible de ser compartido por el conjunto de los actores, pero su alcance no es solo configuracional de la sustancia (ciertos tipos de articulaciones sígnicas), sino que se extiende a las cualidades objetuales específicas en que se instala (muros / papel / pantalla). Pero, en segundo lugar, de ser esto último

cierto, la atribución de cualidades enunciativas sería incompleta de no tenerse en cuenta lo concerniente a los modos de despliegue e instalación de los recursos discursivos que se pongan en obra. Tal materialidad no puede pensarse como un registro exclusivamente perceptivo de sus componentes sino también operatorio (hacer algo con aquello que vemos, u oímos); el esquema relacional que propone (n) la pantalla (s) tiene una historia larga y variada, la digitalización por sí misma solo suma un recurso de producción, la que adquiere otro carácter cuando se agrega la posibilidad de intervenir sobre sus productos, sea seleccionándolos de modo inédito, modificándolos o intercambiándolos también de manera singular, tal cual ocurre en las redes informáticas. O, además, multiplicando el alcance de otros productos, susceptibles de ser objeto de las mismas operaciones, que no son el resultado de los procedimientos digitales primarios (el efecto de “archivo universal” de la Web, es la materia prima de una nueva “industria del sentido”, por efectos de acumulación y procesamiento).

b. Es posible que pueda argumentarse acerca de lo transitorio de esas relaciones novedosas de tensión o competencia entre el universo del papel y el mundo digital, de su ligamen con costumbres que no tardarán en banalizarse, lo que es seguramente cierto o, al menos, lo es para algunas de ellas. Lo que interesa de ese proceso es determinar cómo las pervivencias o transformaciones modelan nuevos procesos de semiotización (procesos y no solo productos), que si bien se ajustan como cualquier cambio a dimensiones de época de corta duración, lo hacen a partir de relaciones de más larga permanencia, que remiten al alcance de los ejercicios y potencialidades del cuerpo de historia larga, las de la especie y que la desbordan. Tocar, mirar, oír u oler no es un monopolio humano pero estas aptitudes se ponen en juego cuando elegimos leer el diario en papel o en la pantalla, en intrincada relación con otros componentes de vida más corta, fruto de técnicas epocales que, por agregación de complejidad, dan lugar a diferencias imposibles en un momento anterior.

c. Esto último, finalmente, nos habilita a poder examinar las relaciones entre modificaciones técnicas que impulsan el alcance y cubrimiento de un procedimiento (la escritura, por caso, en sus distintos asentamientos: papiro, libro, diarios) cuando se articula con otras, las que dan lugar a alteraciones de sus relaciones, a partir de cambios sustanciales en las configuraciones discursivas (introducción de la imagen en movimiento o la incorporación del sonido o la imagen, en “directo” como acompañantes).

La sumatoria de estas diferencias incide en las dimensiones constitutivas del sentido: el tiempo y el espacio. La Web, el continente como tal, opera como un lugar de aglutinación de procedimientos, la prensa hoy ocupa ese lugar (su versión llamada digital, heterogénea y cambiante como venimos señalando) se presenta como un escenario de múltiples desplaza-

mientos, *descontextualizaciones*[10] del sentido, que competen tanto a lo concerniente a la escritura (terceridades) como a las icónicas e indiciales (primeridad y segundidad, en términos de Peirce). Verón ha señalado que los medios, como agentes de “rupturas de escala”, en tanto recaen sobre las operaciones tanto icónicas como indiciales se podría afirmar que, en especial, la prensa en la Web, aglutinación de procedimientos mediante y, a su vez, por medio de los parciales aislamientos de partes que posibilita, la que corresponden a la escritura por caso, un dispositivo privilegiado de “cambio de escala”[11].

Es posible que nuestras observaciones acerca de la relación papel digital sean finalmente una patentización, sea de la resistencia o del favorecimiento, posiblemente ciegos, de las tensiones que se derivan de los cambios y las rupturas. En cuanto a tensiones, no a sus modos de presentarse, no constituyen una novedad en el universo de los medios, sino que son su historia misma. Estas suelen manifestarse en tiempos largos, la escritura en milenios, las configuraciones icónicas en tiempos variados y más cortos; las indiciales, de carácter crucial, se asocian con los grandes cambios tecnológicos. El complejo Web no es ajeno a esto último, siendo los medios de actualidad un lugar privilegiado.

Notas [↑]

[1] Del mismo modo que en otros momentos de surgimiento de distintos recursos del intercambio discursivo han aparecido comentarios contrapuestos acerca de las consecuencias de esos cambios, la escritura hace más de dos milenios fue el primero puesto en cuestión. El 24 de noviembre del 2010, la página cultural del Corriere della sera se hace eco de severos reproches referidos a las consecuencias de los cambios de hábitos originados tanto por los sistemas digitales como su instalación en la WEB. En cuanto a lo primero lo hace Vittorio Andreoli, psiquiatra y neurólogo y, a lo segundo, se comentan dos libros recientes, uno de Jaron Lanier y otro de Nicholas Carr, ambos del 2010, los autores, en especial el primero, expertos y promotores de la expansión de las redes informáticas.

[2] La noción de dispositivo ha sido empleada por diversos autores tratando de acercarse, de modos no siempre coincidentes, a las cuestiones que surgen de la puesta en obra de análisis referidos a los medios. Lugares donde las cuestiones enunciativas ocupan un lugar central por, al menos, dos razones: la primera corresponde a las diferentes relaciones que cada uno de ellos establece con los diferentes ejercicios corporales, sean ellos de carácter perceptivo o de operatoria; la segunda a lo que corresponde a sus modos de referenciación, los que suponen la puesta en obra de propiedades sónicas y sus respectivas organizaciones para el cumplimiento de reglas heterogéneas con el fin de remitirse a campos homogéneos. Las relaciones que se derivan de estas dos áreas de fenómenos dan lugar tanto a diferentes procesos cognitivos como también a alcances representacionales (del espacio o del tiempo, entre otras dimensiones). Es posible recurrir a: Munier, J.P. (1999), Hert, P (2009), Traversa, O. (2001, 2009).

[3] Designamos como “inflexiones” las modificaciones, en cuanto a las aptitudes de producción de sentido, a los efectos propios de diferentes artefactos puestos en obra en las instancias de relación entre producción y reconocimiento, a partir de componentes semánticos homogéneos (la escritura manual –en una pieza epistolar- y su transcripción impresa en un libro, por caso).

[4] Comentaba en un artículo (“Regreso a ‘Pantallas’”, 2007), la larga historia de este artefacto según diferentes soluciones técnicas, las actuales, fruto de los desarrollos informáticos, dan lugar a diferentes operatorias a partir de distintos ejercicios del cuerpo. Las cualidades operatorias que le son propias constituyen una verdadera ruptura con sus antecesoras, dado

que confieren a quien las emplea la propiedad de actuar sobre la superficie visible, sea modificándolas en sustancia o actuando sobre ámbitos relacionados con lo que ellas presentan (regulaciones, direccionamientos, etc.).

[5] Desarrollos en esta dirección pueden leerse en la Revista Figuras N°5. En el conjunto de los trabajos presentes en esa publicación se destaca la independencia de funcionamiento de las tapas en relación con otros componentes de los medios gráficos, poniendo el acento en las diferencias vinculares entre ese componente y el resto del medio.

[6] Ha surgido (julio 2011) un recurso de mostración de las tapas papel, propias de la prensa internaciol, en las tabletas de lectura que posibilita el acceso a una multiplicidad de medios internacionales, una suerte de kiosco virtual.

[7] Observaciones realizadas en agosto de 2010 nada indica, dado las variaciones registrables de estas configuraciones, que no se amplíen o retraigan en momentos posteriores. Lo que sería una indicación interesante acerca, tanto de la tensión entre ambas fórmulas, como de los titubeos estratégicos en cuanto a las posibles relaciones. Esto permitiría afirmar el carácter emergente de estos fenómenos.

[8] Usamos el término por analogía con el modo de empleo en el psicoanálisis, cuando se refiere a acciones de carácter impulsivo reñidas con los sistemas corrientes de motivaciones del sujeto, susceptibles en consecuencia de ser aisladas del resto de sus desempeños.

[9] Forma parte de un estudio de Ithel de Sola Pool (1981) la referencia a este empleo del teléfono del que se cuentan pocos trabajos, a mi conocimiento, que describan este fenómeno con mayor amplitud.

[10] Término empleado por Goody (1977) para indicar los cambios de soporte de la escritura.

[11] Las nociones de “cambio de escala” y “rutura de escala” (Veron, 2001) precisan: los que se corresponden con diferentes tipos de descontextualización, los señalados por Goody (*op cit* nota 9) referidos a la escritura se incluyen dentro de los *cambios de escala*, mientras que “La mediatización de las operaciones primeras y segundas, es decir, de las representaciones icónicas y del contacto indicial, producen en cambio lo que llamaremos *rupturas de escala*”.

Bibliografía [↑]

- Andreoli, V.** (2010) “La perdita dei sensi della digital generation. Cresce la vista, mas senza il tatto scompare la vita vera” en *Corriere della Sera*, N°279, Milán.
- De Sola Pool, I.** (1992) « Discursos y sonidos de largo alcance » en *Historia de la comunicación* Vol. 2, Raymond Williams Ed. [1981], Bosch Casa Editorial, Barcelona
- Goody, J.** (1985) « ¿Que hay en una lista? » Cap V, en *La domesticación del pensamiento salvaje* [1987], Akal Universitaria, Madrid
- Hert, P.** (1999) “Internet comme dispositif hétérotopico” en *Hermes* N° 25, Paris.
- Munier, J.P.** (1999) “Dispositif et theories de la communications” en *Hermes* N°25, Paris
- Traversa, O.** (2001) “Aproximaciones a la noción de dispositivo” en *Signo y seña* N°12, Facultad de Filosofía y letras (UBA), Buenos Aires
- _ (2009) “Dispositivo-enunciación en cuanto a sus modos de articularse”, *Figuras* N°6, Revista de teoría y Crítica de Arte, IUNA, Buenos Aires
- _ (2007) “Regreso a pantallas”, *La trama de la comunicación*, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación UNR, Volumen 12, Rosario
- Verón, E.** (2001) “Conversaciones sobre el futuro”, en *Espacios mentales*, Barcelona, Gedisa el mamífero parlante.

Oscar Traversa

es Profesor Consulto de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires y Director del Área de Crítica de Arte del Instituto Universitario Nacional del Arte. Integra, en organismos universitarios y de investigación, funciones de consultor y evaluador de proyectos (CONEAU, CONICET). Dirige y ha dirigido, a partir de 1984, grupos de investigación en las universidades de La Plata y Buenos Aires, financiados por esas instituciones el CONICET y el FONCYT (dirige en estos momentos dos proyectos: en el IUNA y ANPCyT). Ha sido miembro fundador y director de las revistas *Lenguajes*, Cuadernos del CEAGRO y *Figuraciones*, de esta última es actualmente editor. Se formó en Francia, en la EHHSS bajo la dirección de Christian Metz y obtuvo su doctorado en la Universidad de Buenos Aires, bajo la dirección de Nicolás Rosa. Ha escrito los siguientes libros: *Cine. El significante negado* (Hachette, 1984), *Arte y comunicación masiva* (1996, junto a O. Steimberg), *Cuerpos de papel I* (Gedisa, 1997), *Cuerpos de papel II* (Santiago Arcos, 2007) y compilador junto a O. Steimberg y Marita Soto en *El volver de las imágenes* (La crujía, 2009). Se encuentra en prensa *inflecciones del sentido* (aparición diciembre, 2010).

otraversa@arnet.com.ar

2. Los pasajes: desempeños de las tapas y de las páginas de inicio

Tapa de revista y *home page*: Dos modelos para la apropiación de contenidos

Carla Ornani

El objetivo del presente trabajo es el de dar cuenta de las diferencias morfológicas y enunciativas de dos dispositivos de comunicación: las tapas de revistas en soporte tradicional de papel, y las versiones traspuestas a la edición digital online. Los observables sobre los que se ha trabajado pertenecen al sector de la prensa semanal destinada a un público femenino, especialmente la revista *Para Ti*, tomada como referencia para el análisis en producción de las modalidades enunciativas que segmentan y proponen modelos de apropiación diferentes de los contenidos informativos de sus ediciones.

Palabras clave: Revistas- Publicaciones on line- Dispositivo-Enunciación

The cover magazine and the *home page*: two models of the appropriation of the conten

The aim of this paper is to account for the differences in morphology and enunciation of two communication dispositives: the magazine covers in traditional paper versions and the versions transposed to digital edition online. Observables on which we have worked belong to the weekly newspaper industry addressed to a female audience, especially the magazine *Para Tí*, which serves as reference for the production analysis of the enunciative modalities hat target and propose different appropriation models of content informational issues

Palabras clave: magazines, online publications, dispositive-enunciation

1. Presentación de Para Ti en sociedad. Un volumen en el mundo, un hipertexto en la pantalla

En el universo de las publicaciones periódicas, *Para Ti* forma parte del conjunto de revistas destinadas al público femenino desde el 16 de mayo de 1922. Desde su propia enunciación es PARA TI. TODO LO QUE LE INTERESA A LA MUJER[1]

La renovación tecnológica del mundo digital permitió la migración de la edición impresa hacia el mundo de las publicaciones on line, hecho que se produjo en Internet en 1996[2]; sin embargo, los números on line

accesibles desde el Archivo aparecen solamente desde el 26 de septiembre de 2001 hasta la fecha, en consonancia con la edición 4134 de la versión impresa. Se trata de un fenómeno transpositivo en el que la edición de la revista tiene dos alojamientos en el mundo social, dos vidas diferentes bajo el paraguas de la marca.

El emplazamiento de la revista en Internet le da al título un nuevo componente: *Para Ti Online*. Además, la tecnología permite diseños diferentes para la edición digital así como múltiples funciones que promueven una mayor interacción con las lectoras. La edición en Internet incluye notas de la revista más contenidos especiales e interactivos, elaborados exclusivamente para los usuarios del *site*. El portal de *Para Ti Online* aloja ocho secciones fijas: actualidad, moda, belleza & salud, relaciones, deco, cocina, mundo *Para Ti* y archivo. Además, se ofrecen foros de discusión, opiniones, direcciones útiles y sitios recomendados. La sección Chica Para Ti es destacable como explícito lugar de contrato enunciativo, con la representación institucional del lectorado, un espacio de contacto “*donde las fieles cibernautas de siempre pueden enviar y publicar su foto y contar por qué se consideran auténticas señoras o señoritas Para Ti*”[3].

Los espacios de participación se acceden desde cada página del sitio y tienen el mismo sistema de publicación: los foros, opiniones y clasificados son auditados por un moderador y luego editados y publicados. La comunicación con *Para Ti Online* se propone a través del mail o la carta.

Sintetizando la propuesta de *Para Ti Online*, “Todo lo que le interesa a la mujer” se confina en un mundo virtual cerrado donde es posible informarse, opinar, comunicarse a través de la navegación de un hipertexto en línea. De esta forma, la virtualidad del mundo ofrecido se actualiza a través de la navegación.

1.1 *Para Ti Online*: Un hipertexto cerrado con senderos internos

El contrato de la macro enunciación[4] se establece entre la marca *Para Ti* y sus auspiciantes con la destinataria-cibernauta. El mundo *Para Ti Online* es un hipertexto cerrado con páginas dinámicas cuya plantilla gráfica organiza los contenidos de acuerdo a las pautas de exploración visual investigada por los especialistas a través de dos tipos de ordenamiento: la jerarquía visual proporciona relaciones jerárquicas entre los objetos informativos de la página, del tipo “esto es parte de esto” y “esto va a continuación de esto”, mientras que la jerarquía de la información establece relaciones a nivel del contenido, del tipo “esto es más importante que esto”.

El énfasis que define la jerarquía de la información en la *home page* de *Para Ti* se ilustra en la plantilla de la “Figura 1”, donde la distribución toma en cuenta las zonas de la interfaz más relevantes. Los otros recur-

son efectos tipográficos, aumento del tamaño de los textos de mayor importancia, la utilización del color para distribuir y discriminar objetos informativos y el agrupamiento de objetos informativos relacionados entre sí (Véase “Figura 2” y “Figura 3”).

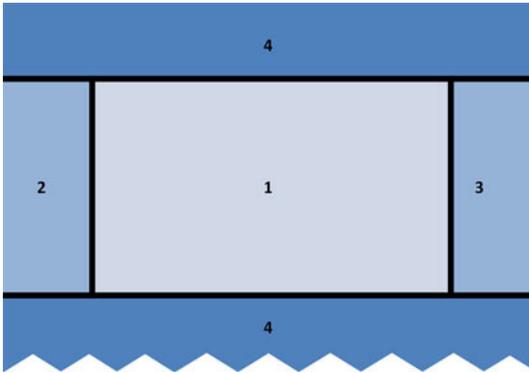


Figura 1



Moda | Belleza | Deco | Cocina | Relaciones | Actualidad | Archivo

ESPECIAL COMIDA SANA



Presentado por **Hileret**

ESTA SEMANA
RECORDEMOS 40 años (Noviembre 2011)

Facebook en FACEBOOK
Twitter en TWITTER

RECIBIR LAS NOVEDADES DE PARA TI ONLINE EN TU EMAIL

Transforma tu casa Blanca en Ultra blanco y pásala una noche en un pulso

Citi
Ultra blanco
Hileret.com.ar

LOOK DEL DIA **adidas**



Black & blue
L'ORÉAL

ACTUALIDAD

El luchador
Luego del último ICY que luchó hace más de un año, el actor Carlos Casca vuelve al mundo. Este vez, como conductor. La historia de un gran...

ACTUALIDAD

No hay fronteras
¿Cuándo se abren de nuevo los cielos? Las nuevas reglas de 2017 y cómo están en línea para la falta de fronteras que se abren...

news
Nuevos
¡Qué sorpresa! Los nuevos más jóvenes del momento. ¿Qué opinas?

MODA

En la jungla
¿Cuándo de nuevo se abren? Puntitos, flores, animales y colores. ¿Qué de primavera?

STYLE STAR

Carretera
¿Qué es el mejor estilo de la American Music Awards, en Los Angeles, con una lista de estrellas...

OBJETO DE DESEO

¡MADRID!
¿Qué de comer y beber en Madrid, en Diciembre?

IMPRESCINDIBLES

El arte a los pies
¡Ahí, en las plantas de los pies, de los zapatos más increíbles...

MODA

Colores vivos
¿Qué de nuevo? ¿Qué de primavera? ¿Qué de verano? ¿Qué de otoño? ¿Qué de invierno?

CHICA PARA TI **DE LA SEMANA**

Paula Pardo
¿Qué de nuevo? ¿Qué de primavera? ¿Qué de verano? ¿Qué de otoño? ¿Qué de invierno?

HOROSCOPO

¿Qué de nuevo? ¿Qué de primavera? ¿Qué de verano? ¿Qué de otoño? ¿Qué de invierno?

Hileret
hileret.com.ar

ENCUESTA
¿Qué de nuevo? ¿Qué de primavera? ¿Qué de verano? ¿Qué de otoño? ¿Qué de invierno?

¡MÁS!
¡MÁS!
¡MÁS!

Nuestras asesoras van a tu casa y te aconsejan sobre combinaciones DE COLORES Y TEXTURAS

Figura 2

parati

Nº 4585. 4 DE JUNIO DE 2012. CAPITAL FEDERAL Y CABA & TBA. RECIBIDO ENVIADO AL INTERIOR S.G.A.C. EN R.O.U. \$ 100.

Día del Padre
 Moda. Regalos para elegir. Famosos con sus hijos

El Teatro Colón por dentro
 Te mostramos cómo quedó restaurado el emblema de la cultura nacional

GRATIS UN LIBRO DE COCINA

LAS 100 MEJORES RECETAS DE PARA TI

Carnes, pescados, guisos, arroces, pizzas, sopas, tartas y ensaladas fáciles de hacer y para disfrutar con amigos.

9 770328 650007 04585
 parati.com.ar

Figura 3

1.2 Recorridos e interacción

La naturaleza hipertextual de la *home* page tiene como uno de sus componentes básicos los enlaces que permiten al usuario direccionar la lectura hacia los centros de interés (pre) figurados por los recorridos posibles. En promedio, son 46 puntos activos que abren pantallas[5] dentro de lo que denomino “mundo virtual cerrado” por oposición a los tipos de hipertext-

tos que tienen enlaces hacia otros sitios. Los links de *Para Ti Online* remiten siempre al propio site. La integración de semióticas diversas es característica de las diferencias que se establecen con la edición en papel cuya morfología material integra en su gráfica el lenguaje verbal y la fotografía. La *home page*, por su parte, incluye además del lenguaje verbal escrito, la foto digital con posibilidades de manipulación acotada, y el video.

La característica más sobresaliente de los enlaces del hipertexto de la revista que estamos analizando es que remiten a su propio contenido informativo (las notas); y hacia la publicidad de los anunciantes y los sitios institucionales de la empresa editorial (Atlántida Online) y sus productos[6]. Las notas que provienen de la edición impresa se van agregando a la edición online, pero nunca terminan de integrarse completamente sino que arman un “archivo propio”. De esta manera, desde el punto de vista de los contenidos actualizables en el tiempo, la edición digital es *otra* revista.

La fuerza atencional entre los componentes informativos de las notas y el de la publicidad a veces se funden en las notas-publicidad; pero lo más llamativo perceptualmente para el usuario es la publicidad de los banner, ya que toda vez que se consulta la revista online - aun desde el archivo-, enuncian en presente su mensaje. Lo característico de los vínculos pre establecidos desde la *home page* son, mayoritariamente, enlaces a formas de comunicación con las redes sociales, con la revista, con los anunciantes. Desde este punto de vista, la *home page* (pero también toda la revista digital) se convierte en un nodo dentro de la red de comunicación del sistema Internet. Así, el mundo virtual cerrado de la revista se expande a través de los nuevos contactos en red, propagando su contenido (no importa de la naturaleza que sea) y la opinión de los usuarios que la naveguen.

Las notas informativas propiamente dichas se caracterizan por su redacción en escritura tradicional, sin vínculos. El entorno de la nota, su propio paratexto, en cambio, permite acciones del usuario que lo reenvían a otras enunciaciones donde él puede convertirse en emisor (por ejemplo, en los foros, en las redes, etc.) y establecer otros contratos enunciativos. Cada enlace es en sí mismo, un deíctico indicial con su *ego, hic et nunc*.

1.3 El antecedente del enlace en la tapa impresa

Podríamos preguntarnos si las remisiones de la *home page* a través de los enlaces tienen algún punto de contacto con la tapa en papel, y esta pregunta es válida ya que toda nueva forma nunca parte *ex nihilo*, sino que transforma posibilidades existentes en la forma anterior adaptándolas o haciendo surgir formas nuevas con nuevas funciones.

La tapa impresa tiene sus propias remisiones, que son numéricamente bajas (entre 1 y 5), y envían al interior de la revista en todos los casos[7]. Se trata de los títulos que anticipan, comentan y resumen los contenidos

que por su instalación en la tapa, son (*serían*) importantes para la destinataria.

Este procedimiento operatorio (indicación y resumen de contenidos) es especialmente contundente en la revista como género[8]. Se anuncia de otra forma en el diario y está casi ausente en el libro (salvo si se considera el posible -pero no obligado- subtítulo, y otros elementos paratextuales alojados en la contratapa o las solapas).

El reenvío al mundo cerrado del objeto revista impresa, sin embargo, se abre cuando en la tapa (de *Para Ti*) está su afuera digital: parati.com.ar. Este enunciado pone a la revista en *otra red*, las de los objetos digitales que se comunican en Internet, es un enlace que realiza un desplazamiento con sus propios reenvíos potenciados en la estructura que describimos en el apartado sobre la *home page* y donde, además, la tapa impresa es transpuesta en un entorno cambiante, diferente, abierto.

Esta recolocación del objeto cerrado (la revista impresa), que circula en el mundo de las mercancías, entra en el ecosistema comunicacional diferenciando al público (una lectora y una cibernauta) y, a la vez, expande los lugares de inscripción de los mensajes generando nuevas enunciaciones.

2. Enunciaciones

2.1 La seducción de la tapa

En el universo de competencia de los productos de un mismo género-P (revista femenina, para el caso), la tapa es el primer elemento de contacto visual con el potencial comprador, destinatario prefigurado a través de las estrategias persuasivas del enunciador que moldea su enunciación para diferenciarse de los otros productos y ganar a su público. La exhibición del objeto revista en el escaparate del quiosco, con su particular distribución de los volúmenes, hace patente esta función de contacto (e información), convirtiendo a la tapa en un verdadero dispositivo de comunicación[9]. (Véase “Figura 4” y “Figura 5”)



Figura 4



Figura 5

Aunque se ayudan mutuamente, el texto verbal y la imagen de la tapa tienden a repartirse papeles explotando sus posibilidades semióticas intrínsecas; pero, aun así, es la totalidad de la tapa, con sus signos icónicos y lingüísticos la que toma a su cargo el discurso de la persuasión.

La seducción se basa en la organización de enunciados (sobre todo los de la imagen y la gráfica) con función poética, ya que el trabajo sobre el significante contribuye a la eficacia comunicativa de la tapa al crear en el destinatario un placer que la hace más memorable y promueve una sensibilización positiva para la persuasión. La función conativa (“*compre Para Ti*”), que es primordial en cualquier operatoria de la publicidad de un producto, se presenta como la conclusión de todo el discurso seductivo. Ninguna de las funciones, sin embargo, puede ejercerse sin la función fática, que condiciona a todas las demás y hace emerger marcas de la enunciación muy patentes: el logo “Para Ti” y la imagen central de la foto de mujer en pose son los más importantes y están trabajados de tal forma que atraen la atención a través de un régimen icónico-indicial.

Tanto el significado del logo (“para ti” es, simultáneamente, el nombre de la marca y el soporte lingüístico donde se lexicaliza a la enunciataria) como la fotografía de una mujer –siempre seductora– refuerzan un mecanismo de identificación: identificación metonímica y metafórica de la destinataria con la revista; identificación de la destinataria con la mujer de la fotografía que deberá despertar primero una especie de deseo mimético de identificación favorecida por la mirada que tiende el puente enunciativo

“yo-tú” según el mecanismo de reflejo doblemente testimonial, ya que el “yo” de la imagen fotográfica, al mostrar sus virtudes, pone a la lectora como testigo de *lo que puede llegar a ser* (la promesa que se establece en el contrato de lectura) y, a la vez, pretende ser su imagen: “tú, que me miras y a quien yo miro, eres como yo”. La mujer de la fotografía es el doble ideal de la destinataria.

La importancia de la fotografía central de la tapa toma a su cargo los atributos sobre los que reposan el mecanismo de persuasión seductiva

- por su tamaño y posición (a toda página, central)

- por la modalidad mostrativa de la *pose*, que dice lo que el enunciador quiere que la destinataria crea que *es*, otorgándole un atributo de esencia (por oposición a otras modalidades[10] que muestran atributos circunstanciales)

- porque en la fotografía opera siempre una conjunción entre ejercicio de la mirada y fetichización, promoviendo efectos subjetivos singulares[11].

El anunciante, a través de las estrategias enunciativas mayores que hemos señalado (las que se inscriben en el logo *Para Ti* y en la fotografía central que mira a la destinataria), cede el lugar a un tercero desinteresado con el consecuente efecto de objetividad que evita la formulación directa del acto directivo (compre *Para Ti*). La estrategia de esta fórmula es particularmente feliz si se tiene en cuenta que ha permanecido durante 88 años en la tapa: desde 1922 a la fecha. Las modificaciones en el decurso temporal (de la ilustración a la fotografía; la inclusión de enunciados que informen sobre el contenido del volumen remitiendo a las notas más importantes y -cuando los hubiere- a los suplementos), no hacen sino visualizar la adaptación del contrato de lectura de la tapa para seguir la evolución sociocultural del lectorado, pero preservando el nexo con la marca

3. Conclusiones

La enunciación de *Para Ti Online* se caracteriza por sus encastramientos enunciativos desplazando la seducción por la propuesta de interacción: a través de los enlaces, la usuaria entra a los contenidos de *Para Ti Online* y hace salir *Para Ti Online* al mundo de las redes sociales.

El mundo virtual de *Para Ti Online* es un hipertexto cerrado que conduce a los contenidos actualizables, modelizándose como una base de datos. Su tiempo enunciativo por antonomasia es un presente siempre actual (el del último número) marcado en la presencia de la tapa de la edición impresa de la semana, a través de las secciones de navegación.

La asimetría entre los contenidos de la edición impresa y su transposición on line refuerza la diferencia de los productos. (*Para Ti Online* no es la versión digital de la impresa)

La relación entre la tapa de la edición impresa y la *home page* es la de remisión e inclusión. Por la primera, -la remisión- la tapa en papel indica/informa que es posible ir a parati.com.ar; por la segunda – inclusión-, la tapa de la edición impresa dentro de la *home page* identifica la vida semanal de la publicación y ampara una cantidad de contenidos en páginas dinámicas. El nuevo emplazamiento de la tapa en la edición digital hace que pierda su fuerza seductiva a favor de la instrumentalización como componente informativo y de enlace a los contenidos de cierta cantidad de notas que aparecerán en la edición digital. El tamaño, la ubicación en la plantilla gráfica, la pérdida de su “aura”, hacen de la tapa en la *home page* un objeto distinto. Por las mismas razones, pierde su fuerza de fetiche.

La destinataria por antonomasia de *Para Ti Online* es “la chica Para Ti”, una cibernauta en formación a la que el anunciante destina, sobre todo, la página de Ayuda: allí el contrato de navegación dice qué es, qué ofrece, y cómo se usa *Para Ti Online*. A cambio de formar parte del mundo *Para Ti*, el anunciante promete vida pública y contactos. Esta configuración discursiva autoriza la siguiente reflexión: la continuidad estilística de las revistas femeninas que forman[12] a su lectorado (en el sentido de darle forma) es una estrategia de largo alcance en el tiempo para la captación de público.

La tapa impresa está destinada a seducir, la *home page* aplana la función de persuasión seductiva a favor de la función instruccional (“si quiere esto, vaya por aquí”) a través de un promedio de 46 puntos activos en la pantalla.

La lectora de la edición impresa hojea la revista para leer y mirar imágenes del mundo, que le interesan y seducen; en cambio, la usuaria de *Para Ti Online* usa el hipertexto para navegar por unos contenidos: se convierte básicamente en una operadora. La lectora de la revista tampoco es la del libro, -que con su estructura secuencial progresiva propone una lectura fundamentalmente lineal- sino que hojea y ojea de acuerdo a unos recorridos encerrados en el volumen; pero la navegante usa las páginas y solo después empezará a leer y- dada las condiciones ergonómicas de la lectura en pantalla- intentará por todos los medios extraer de los textos en pantalla toda la información que necesite o interese con el menor esfuerzo posible.

La desterritorialización de la revista en edición digital (pues está en cualquier computadora conectada a Internet, expandiendo la geografía del quiosco al ciberespacio) afecta el parámetro espacial de los intercambios comunicativos, sin saber aún, a ciencia cierta, qué nuevas prácticas sociales nos porpondrá dicha desterritorialización.

Si la escritura promovió en las sociedades una concepción del tiempo lineal cuyo modelo es el libro, y la imprenta tuvo en el periódico su hijo más representativo, la informática reconfigurará, tal vez, la experiencia del tiempo como el instante en el que la actualidad siempre está *in fieri*, como en una base de datos[13].

Notas [↑]

[1] Así se rubrica en la página institucional de la edición impresa, “Punto de encuentro”. Es destacable que la portada sustraiga el enunciado que toma a su cargo la cualificación del enunciador “Todo lo que le interesa a la mujer”. En la primera tapa tampoco aparece; es probable, entonces, que sea un remanente de algún componente de la volanta en el interior de la revista de antaño.

[2] Este dato que se puede relevar en la sección Ayuda de *Para Ti Online*, permite inferir que las ediciones digitales anteriores a septiembre de 2001 no están archivadas. Por esta razón llamaré “mundo virtual Para Ti Online” a un universo de contenidos cuya datación va desde el 26 de septiembre de 2001 a la fecha.

[3] El enunciado está en la Sección Ayuda.

[4] Denomino “macro enunciación” a la enunciación institucional de base que da lugar a otros encastramientos enunciativos locales (por ejemplo, al de una nota firmada).

[5] Una *pantalla* es el recorte de contenidos (de cualquier materia significativa semióticamente formada) entre un link y otro. Es una unidad pragmática de navegación que es -a la vez- un espacio de tiempo e incertidumbre (aumenta con el número de puntos activos en una pantalla, y es baja si hay redundancia). Así entendida, la *pantalla* se encuadra en otra pantalla, esta vez pantalla- objeto del monitor que por derivación técnica parece provenir de la pantalla cine, tv y cuadro, que estandarizaron un formato.

[6] En este “mundo virtual cerrado” *Para Ti Online* - como género-producto- entra en competencia con *Cosmopolitan*, por ejemplo. Me refiero a la caracterización género-P que realiza Eliseo Verón en “Prensa escrita y teoría de los discursos sociales: Producción, recepción, circulación”.

[7] Hay otro caso interesante de reenvío desde la tapa a otro objeto: la de suplementos identificados con recursos diversos (puede ser, por ejemplo, la tapa del suplemento en la tapa origen).

[8] En las primeras tapas de *Para Ti* (véase “Figura 4”) solo hay título e imagen de ilustración impresa a toda página.

[9] La noción de dispositivo es la que corresponde a la conceptualización realizada por Traversa (2001: 237-240).

[10] Verón (1985), reconoce en los semanarios de actualidad dos modalidades que trabajan a la foto de tapa para establecer el contrato de lectura: la modalidad interpretativa de “la retórica de las pasiones”; y la modalidad mostrativa de la foto de pose.

[11] La fotografía tiene ciertas cualidades que le permiten un funcionamiento de fetiche (objeto parcial, portable, tiempo de lectura libre; anclaje personal en el *punctum*; impresión y presunto real de la vida – función principal de index-, principalmente privado y familiar; recuerdo; silencio e inmovilidad; el fuera de campo proyectivo e inmaterial, etc.). Este aspecto de la fotografía es examinado por Metz (1985) en “Fotografía y fetiche”.

[12] En publicaciones de la década del 30-40, analicé la publicidad del perfume en revistas femeninas destinadas a las mujeres de las clases que se integraban al lectorado y comprobé que, para vender un producto masivo, la publicidad de la colonia Preal, durante diez años, le enseñó a la lectora cómo usarlo, desarrollando una historia de ascenso social.

[13] Distingo la *actualidad* como un concepto que emerge de la construcción social de la realidad, es decir, una forma discursiva a través de la cual los medios son convocados como protagonistas del entramado del *acontecimiento* y, por ende, su comunicabilidad, a través de un relato público. Frente a la actualidad y el acontecimiento, podríamos pensar la *instantaneidad* como la forma impulsada por los dispositivos informáticos que permiten una experiencia del tiempo como un presente continuo. Véase el trabajo de Prieto, 2011 (sobre todo en el apartado 11), concerniente al “espesor de la actualidad” en las ediciones digitales.

Bibliografía [↑]

Metz, C. (1985) “Fotografía y fetiche” en *October* No. 34, New York. Versión española trad. Marianne Ponsford, para la revista *Signo y pensamiento*, 1989 - javeriana.edu.co, disponible en línea en <http://www.javeriana.edu.co/signoy/pdf/1111.pdf>

Traversa, O. (2001) “Aproximaciones a la noción de dispositivo” en *Signo y Señal* N° 12, pp. 233-247.

Verón, E. (1985) “El análisis del ‘Contrato de Lectura’, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media, en “*Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*”, IREP, París.

Prieto, C. (2011) “Las tapas de las revistas de papel y las páginas de inicio de las revistas online: sus propiedades como dispositivos y sus lugares de inserción en el tejido mediático”, en este volumen.

Carla Ornani

es Profesora en Letras y desarrolla tareas docentes y de investigación como Profesora titular de Semiología General en la carrera de Artes Multimediales, del Instituto Universitario Nacional del Arte, y Profesora Adjunta de Teorías y Medios de la Comunicación en la Carrera de Artes de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. Como resultado de sus investigaciones publicó ensayos sobre las prácticas de lectura y escritura en soporte informático y otros relacionados a los géneros masmediáticos y sus dispositivos.
carla.ornani@gmail.com

Dispositivos mediáticos: circulación de la prensa gráfica femenina en la web

Silvina Tatavitto //Federico Buján //

Se examina en el presente artículo las estrategias de pasaje de la prensa gráfica femenina del soporte papel a la web, en las que se ponen en juego dispositivos heterogéneos pero con mantenimiento del contrato enunciativo, que en la búsqueda de nuevos segmentos de público atraviesan diferentes áreas de mercado y de intercambio semiótico.

Palabras clave: dispositivo, contrato enunciativo, estrategias transpositivas

Media dispositives: circulation of feminine press on the web

This article examines the strategies of passage from paper to web sites operated by feminine press that come into play heterogeneous dispositives while maintaining the enunciative contract in order to seduce and capture other segments of the public to go through different market areas and semiotic exchange.

Palabras clave: dispositive, enunciative contract, transposition strategies

Se ha afirmado, y no sin razón, que “vivimos en un mundo de relatos, acertijos, informaciones, poemas y sermones arrancados de su lugar, llamados sin razón aparente de un lenguaje o de un medio a otros” (Steinberg 1993: 87). Un mundo, en fin, de transposiciones, al que nos enfrenta de lleno la tarea de describir las relaciones entre las revistas femeninas impresas y sus sucedáneos digitales instalándonos en la trama de cambios e insistencias habitualmente generado en este fenómeno de pasaje, “cara gozosa y carnavalesca de la semiosis infinita” (Traversa, 1995:2). Qué se mantiene y qué se modifica en la migración de un soporte, medio o lenguaje a otros implica constatar en principio cómo cada transposición gestiona un complejo de transformaciones que van desde aquellas que ponen en juego las posibilidades y restricciones propias de cada emplazamiento (muchas veces relativas a la materia significante), hasta las que recaen en ciertos órdenes textuales, especialmente los de configuración enunciativa.

El presente artículo se organiza en dos grandes tópicos interrelacionados. En la primera sección se analiza la circulación del soporte papel a la web de la prensa gráfica femenina. La segunda, se aboca al examen de las estrategias de expansión a través de las redes sociales.

1. La gestión de las diferencias transpositivas

Así, comenzaremos por examinar esta cuestión de carácter diríamos general poniendo en contrastación el corpus - en observación desde el 22 de septiembre de 2009 a la actualidad constituido por Cosmopolitan, Vogue y Elle- con otra clase de textos, los destinados al universo de la decoración de interiores, también usual – aunque no exclusivamente- orientado a públicos femeninos, para lo cual se ha seleccionado *DecoEstilo Magazine*, a fin de verificar cómo se gestionan las transformaciones y las diferencias entrañadas en ciertas modalidades transpositivas.

En este punto dos estrategias disímiles ocupan el centro de nuestro análisis (seguramente las aquí estudiadas no agotan el campo de otras posibles, pero resultan las de mayor pertinencia con vistas a los objetivos consignados): una actualizada por *DecoEstilo Magazine* y otra por la prensa femenina.

1.1. La estrategia DecoEstilo

Como se advierte en el registro de navegación (ver *DecoEstilo 1* <https://youtu.be/PLLldB6gBvA>), en este caso parecería obrar una estrategia que podríamos inicialmente caracterizar como una apuesta a la neutralización o borramiento de la operación de pasaje, una suerte de concentración de esfuerzos textuales para mantenerse *indemne* e indiferente a dispares emplazamientos. Todo aquí se orientaría a generar el efecto *ilusorio* de *estar hojeando una revista de papel* y acceder a la totalidad de sus contenidos.

Sin embargo, se pueden observar ciertas posibilidades abiertas por el nuevo emplazamiento, ya que no sólo permite usar la pantalla completa y el zoom (recursos propios de la web) al habilitar también, distintos tipos de visualización que, en verdad, implican formas de consumo o fruición diferenciados. Se puede cambiar la vista de revista (que es con la que se *ofrece* en primera instancia *DecoEstilo*) y pasar a las de presentación o informe, claramente más alejadas de la modalidad de consumo asociada al papel (ver registro de navegación *DecoEstilo 2* <https://youtu.be/gXfhr5yDWGU>)

Estas opciones de visualización ¿autorizarían -al menos provisionalmente - a postular correlaciones con enunciatarios diferenciados? ¿Uno que aún fuera del *mundo del papel* persistiría en mantener los hábitos entrañados en él reclamando que la web disimule o neutralice los que le son propios? ¿Y otro, tal vez más lábil y ubicuo que, por el contrario, disfrutaría con esa suerte de *convergencia* de las posibilidades ofrecidas por ambos medios? El grado de inestabilidad, o si se quiere, la ausencia de soluciones más o menos cristalizadas de transposición, y el estado de algún modo liminar en que todavía se encuentra la investigación refrenan respuestas contundentes en esta dirección; al menos por el momento con-

viene postularlas como hipótesis de un análisis en producción a la espera de contrastación empírica vía un estudio en reconocimiento sobre público.

1.2. La prensa femenina

La transposición de *Cosmopolitan*, *Elle* y *Vogue* actualiza otra estrategia o solución de pasaje bastante disímil de la anterior (incluso, tal vez, de ciertos diarios) ya que en el nuevo soporte parecerían ponerse en juego diferencias que reenvían, más bien, al entramado discursivo usualmente imperante en la web: sitio, portal, comunidad o cualesquiera de las tantas denominaciones y taxonomías silvestres que se despliegan, conflictivamente compartidas en este ámbito; y aquí nuestro objetivo dista de tomar partido por alguna, se trata, antes bien, de considerarlas en su carácter de interpretantes que tienden a moldear “el conjunto de la previsibilidad social” (Steimberg 1993:17): qué deja fuera, qué incluye y qué propone una clasificación o referencia paratextual no es ocioso en términos de la ambición de estabilizar un cierto modo de *ofrecerse* al consumo, un tipo de recorrido interpretativo y un enunciatario a él asociado.

Contenidos diversos aparecen en uno y otro emplazamiento: lo que se encuentra en los portales no es idéntico a lo que se entrega en las revistas. En el soporte digital tienden a inhibirse las formas de ver asociadas al papel, con la excepción de *cosmonline* donde el recorrido virtual del número comercializado en kioscos replica modalidades de visualización de la edición impresa (ver registro de navegación *Cosmotour* en <https://youtu.be/SsJ96m7F1j8>). En cambio, *elle.es* y *vogue.es* ahondan la diferencia o la distancia con los productos gráficos e, incluso, la edición virtual requiere previa suscripción (opción – además - que está lejos de ser destacada, por ejemplo, en la *home* de *vogue.es*, ya que se la detecta sólo a condición de navegar muy hacia abajo), en tanto que el sumario de *cosmonline* concede una selección restringida de las notas hallables en papel, aunque incompletas.

La puesta en relieve de distancias y brechas entre ambos soportes se anuncia ya en la denominación de los productos digitales. Al ingresar en el buscador y aún sin terminar de completar el nombre, aparecen aquellos que definen inequívoco ingreso al mundo de la web: *cosmonline*, *elle.es* y *vogue.es* (en las dos últimas, el punto com se reserva para la lengua inglesa) proclaman sus diferencias con *Cosmopolitan*, *Elle* y *Vogue* impresas a la vez que afirman mutuas filiaciones. ¿Pero qué filiación obra en estos casos donde la brecha digital-papel parece, sin embargo, dominante? ¿Qué insiste en ambas localizaciones: sólo un nombre de marca y su expresión visual, el logo?

En su tránsito *Cosmopolitan*, por ejemplo, presenta rasgos regulares no sólo anclados en la relativa similitud de un nombre. Sea cual fuere el asentamiento se verifica la insistencia de elecciones temáticas eróticas de trata-

miento ligero y confesional[1]. En el plano retórico la disposición gráfica comparte un cierto abigarramiento y saturación cromáticos que define un orden paratácico[2] cuyo procedimiento de sumatoria y acumulación imprime efecto de *horror vacui*

El componente verbal mantiene elecciones lexicales comunes: registro informal y coloquial (“enganchalo”, “super linda”, “lo más hot”), aunado a cierto predominio de fórmulas expresivas (profusión de signos de exclamación) y de interpelaciones personalizadas (“contá”, “envíanos”, “compartí”), cuyo correlato icónico se advierte en la multiplicación de miradas directas de las modelos, que es casi dominante en las tapas de revista. Regularidades retórico-temáticas que confluyen en la construcción de un vínculo cómplice y simetrizante entre enunciadora–enunciataria, donde la primera se propone como aliada de una consumidora femenina interesada en la conquista sexual y el contacto erótico, configuración enunciativa estabilizada más allá de las migraciones operadas en su circulación mediática (ver figuras 1 y 2).



Figura 1 Tapa *Cosmopolitan*: *Cosmopolitan*:
+ moda para el erotismo + abigarramiento



Figura 2 Portal *Cosmopolitan*

Vogue también presenta un conjunto común de propiedades en sus distintas localizaciones que es, podría decirse, la contrapartida de Cosmopolitan: la tematización dominante recae en las tendencias de la moda, especialmente las pasarelas de las grandes firmas de alta costura, con más énfasis en un *look* elegante que dista de estar primordialmente orientado al logro de una apariencia sexy (ver figuras 3 y 4). Un comparativo mayor despojamiento visual – cromático (ver figura 5), sin temor al aire y liviandad compositivos, define una lógica hipotáctica, que intenta relaciones de jerarquía entre los elementos, y se articula con cierta austeridad en los recursos icónico-lingüísticos de interpelación personalizada, para constituir configuraciones retórico-temáticas solidarias en la construcción de un vínculo más asimétrico, donde el enunciador funcionaría como una suerte de guía de la enunciataria en su deseo de contacto con un mundo de cierto refinamiento tradicionalmente asociado con estilos de vida glamorosos y sofisticados. El desplazamiento de Elle al soporte digital asimismo resguarda este tipo de modalidades configuracionales.



Figura 3 Tapa *Vogue*: + moda de pasarela + despojoamiento



Figura 4 Tapa *Vogue*: + moda de pasarela + despojoamiento

Las regularidades verificadas en distintos emplazamientos definen *modos de hacer* que ponen de manifiesto una operatoria de transposición más bien estilística: lo que hay en común en el papel y en la web es el estilo particular de cada marca para *hacer* objetos textuales diferentes, impresos (revista) o digitales (portal), definidos por sus insistencias retórico-temáticas que postulan contratos enunciativos diferenciados[3]. Representan por tanto una estrategia transpositiva diferente de la de *DecoEstilo Magazine*, cuya solución de pasaje estaría más del lado del género producto[4] (Verón 2004).

Llegado este punto, conviene aclarar que la noción de estilo aquí utilizada remite a fenómenos de naturaleza *trans-semiótica* por cuanto designa “conjuntos de rasgos que, por su repetición y su remisión a modalidades de producción característicos permiten asociar entre sí objetos culturales diversos, pertenecientes o no al mismo medio” (Steimberg 1993: 57) y en cuya descripción “el componente enunciativo suele ocupar el primer lugar” (Steimberg 1993: 47). La percepción social del estilo virada a sus regularidades enunciativas (articuladas, como ya se ha dicho, con las de orden retórico y temático) hace que su puesta en relación con la noción de contrato enunciativo resulte un acercamiento, por así decir, bastante natural.

1.3. Transposición estilística y diversificación

La transposición estilística a la web de la prensa femenina no se orientaría tanto a los consumidores de un género-producto (revista), sino a quienes adhieren a un estilo que, en su circulación trans-semiótica, atraviesa e inviste el repertorio u oferta de géneros desplegado en diferentes medios.

Sería entonces factible distinguir un perfil de enunciatario más restringido, asociado al género P, y otro más amplio conectado al estilo de marca, con las consecuentes posibilidades de combinaciones y recorridos diferentes, entre uno y otro, que definirían múltiples usuarios o formas de consumo.

Esto, entre otros factores, podría explicar el modo de habitar la revista en el portal, construida como una de las tantas ocasiones en que se multiplica la posibilidad de *contacto con y pertenencia a* una comunidad estilística, cuya diversificación posibilita, así, un disfrute *más variado* que el obtenido a través de una sola práctica (leer) y en un único soporte (el papel). Además de ser una *cosmolectora*, se puede ser una *cosmonauta* y una *cosmotelevigente*, si se toma el discurso de *Cosmopolitan*, más consistente en esta dirección que *Elle* o *Vogue*.

En tanto modo particular de hacer, el estilo en estos casos obraría como un dispositivo de penetración en un nuevo universo: la web y sus productos. Se trata de una *maniobra clásica* inscrita en la fuerte tendencia a la

diversificación y extensión de líneas de producto amparadas en marcas sombrilla o *umbrella*, cuya proliferación define uno de los caracteres más acusados de los escenarios de mercado actuales[5] y es nítidamente observable, por ejemplo, en la Alta Costura. El estilo *Armani* no se circunscribe sólo a indumentaria de carácter suntuario, sea de alta gama o la variante más accesible del Pret a Porter; se puede encontrar también en una ingente multiplicidad de accesorios, en perfumería, en decoración de interiores y actualmente atraviesa mercados alejados del de la indumentaria y sus conexos o complementarios, como el de turismo con la oferta de hotelería. Diversificación de marca sombrilla cuya propuesta estilística busca - a la par de retener o fidelizar a los consumidores ganados en sus campos de desempeño originarios - atravesar diferentes áreas de mercado y de intercambio semiótico para seducir y capturar otros segmentos de usuarios.

De allí que la transposición estilística de estas marcas de la prensa femenina permitiría a cada una penetrar, sin pérdida aparente de identidad, incluso nuevos espacios de contacto abiertos por ciertos recursos tecnológicos para llegar a diversos públicos y aumentar su capacidad expansiva, aspecto que se desarrolla a continuación.

Ahora bien, antes de pasar a ese tema y a modo de cierre de este apartado, cabrían al menos dos conclusiones:

En primer lugar, la oposición entre estrategias de pasaje del orden del género y del estilo no son más que manifestaciones puntuales en la prensa femenina de recorridos interpretativos y posiciones de consumo igualmente presentes en muy diversas áreas de intercambio semiótico (Steimberg 1988, 1993): fruición orientada prevalentemente, por ejemplo, a un tipo cinematográfico como los films de horror - cualquiera fuere el estilo en que se actualice - y otra que, despegada del género P, se concentra, supongamos, en las modalidades estilísticas del expresionismo, independientemente de que éste se plasme en dramas, comedias, policiales cinematográficos, independientemente asimismo de los variados géneros de los lenguajes pictórico, literario o fotográfico; y entre ambas variables caben, además, múltiples combinaciones imaginables (sólo policiales de ese estilo, por ejemplo).

En segundo lugar, la transposición estilística, especialmente cuando define circulaciones muy expansivas, abre - en un análisis, esta vez, en la perspectiva de reconocimiento - un nuevo capítulo de preguntas que lleva a inquirir hasta qué punto se mantiene más o menos estable o reconocible, por ejemplo, el modo de hacer de la marca *Armani* en, supongamos, anteojos y no comenzaría a ser identificable solamente (o más que nada) por la presencia de un isologo. Lo que no es otra cosa que indagar la emergencia puntual del fenómeno más vasto de *asimetría* o *desfase* característico de los discursos sociales en su circulación semiótica, cuyo análisis proce-

de por constatación de diferencias (Verón, 1993) detectables, por ejemplo, en las restricciones de soportes, medios o lenguajes para posibilitar u obturar una relativamente nítida plasmación de aquellas operaciones que definen los rasgos indudablemente atribuibles a un estilo en su tránsito transpositivo.

2. Estrategias de expansión y fidelización

Como ya hemos señalado, en el caso de la prensa gráfica femenina se advierte una serie de regularidades en el orden de lo temático que da lugar a que las revistas experimenten una fuerte competencia entre sí; se encontrarían, de ese modo, dentro de una “zona de competencia directa” (Verón, 2004). Por otra parte, la diferenciación entre ellas se jugaría más bien, en el nivel de las estrategias enunciativas a las que se recurre y que darían lugar a un particular *contrato de lectura*. Esta relación competitiva es fácil de advertir cuando las revistas se encuentran a la venta en el kiosco, sin embargo, cuando ingresan a un universo diferente -como es el caso de Internet- deben apelar a otras estrategias que posibiliten el contacto con los lectores. En este sentido, encontramos nuevas regularidades que se definen en el nivel del dispositivo y que tienen que ver con la implementación de diversos recursos tecnológicos que posibilitan la expansión comunicativa a fin de lograr la fidelización del lectorado. Nos referimos particularmente a la inclusión de al menos tres recursos diferentes: a) los *Foros*, b) los *News Letteres*, y c) las *Redes Sociales*.

Cada uno de estos nuevos recursos comporta funcionamientos diferentes que deben ser estudiados de manera particular. Lo que nos interesa señalar aquí son solamente algunos rasgos que contribuyen a la emergencia de relaciones vinculares.

En este sentido, la inclusión de los *Foros* brinda la posibilidad de participar a través de las propias observaciones y comentarios, en la discusión sobre algún tópico particular que es considerado de interés para el conjunto del lectorado. De ese modo, se debe ingresar al sitio de la revista para participar en los *Foros*.

Por otra parte, los *News Letters* intervendrían de un modo diferente, en tanto se asemejarían más al formato boletín informativo distribuido a modo de correspondencia electrónica (una vez suscripto a él).

Las llamadas *Redes Sociales* (principalmente las plataformas *Facebook* y *Twitter*) constituyen un caso más complejo al integrar un conjunto de herramientas interactivas que permiten una expansión, en un grado mucho mayor, de los contenidos producidos por los grupos editoriales con la posibilidad de que sean compartidas y comentadas entre los usuarios. Si a esto último se le suman los efectos de la creciente convergencia tecnológica, encontramos fenómenos hasta entonces inéditos, como la penetración

que han tenido dichos recursos en la telefonía celular y que dan lugar a una desterritorialización inusitada que posibilita llegar a cada lector en cualquier momento y lugar. Estos fenómenos generarían una nueva dinámica discursiva que se caracteriza por un creciente aumento de la complejidad.

Sin embargo, este conjunto de inclusiones tecnológicas y los cambios que han operado no descuidan un elemento central que define la identidad del producto; nos referimos a que hay un componente que no se modifica, que se mantiene invariante: el contrato enunciativo. Y esto se produce a pesar de las restricciones que le imponen como condición los recursos tecnológicos en los que se emplazan: en el caso de la plataforma *Facebook*, el principal condicionante es la ‘plantilla’ a la que se deben ajustar (v. Fig. 5 y 6); en el caso de *Twitter*, a esa restricción se le suma el límite de caracteres que pueden tener los enunciados (140 como máximo: microentradas denominadas *tweets*).



Figura 5: Muro de *Cosmopolitan* en Facebook



Figura 6: Muro de *Elle* en Facebook

2.1. La circulación de la prensa femenina en las redes sociales

La penetración de la marca en las redes sociales comporta una dinámica extremadamente compleja en cuanto a la circulación discursiva que posibilita. En primer lugar, porque el actor-lector tiene la posibilidad de asumir una nueva posición y ocupar el lugar de enunciador y, de ese modo, aportar su propia complejidad a ese orden social emergente que se configura en el dispositivo del cual participa. Esto haría pensar que se produciría una *ruptura de escala* (Verón, 2004) en tanto que se mediatizarían las relaciones de primeridad y secundidad (el contacto indicial entre los lectores) de un modo cercano –sólo en algunos aspectos- al posibilitado en la co-presencia.

Por otra parte, las participaciones de los actores en las comunicaciones emergentes en esos espacios (*Redes sociales* y *Foros*) se articularían -en mayor o menor grado- con el discurso de la revista dado que sus participaciones se emplazan en relación a notas, artículos, etc., conformando de ese modo una suerte de colectivo y diferenciándose, al mismo tiempo, de otros colectivos presentes en las redes sociales. Podríamos decir que se configura, de ese modo, un espacio común donde confluyen, participativamente, el discurso de marca -que pone su complejidad a disposición de los usuarios- y el discurso de los lectores, que opera de manera recíproca[6].

Es en este punto donde es posible pensar que se produciría una ruptura de escala, en tanto que el acoplamiento marca-lector implica, por un lado, reformulaciones en los modos de establecer el contacto y, por otra parte, que ya no es necesariamente el discurso de marca el único factor que dinamiza la circulación social de su oferta.

Los usuarios no intervienen solamente con producciones textuales propias en estos espacios, también ponen en circulación el discurso de marca al compartir, con sus contactos, enlaces a las distintas producciones textuales de las revistas. Operan, de ese modo, como promotores o difusores que expanden su circulación.

Esto último produce, asimismo, otro cambio que vale la pena señalar en relación a los modos de acceso a los contenidos y la gestión del contacto (nivel del dispositivo). Si consideramos que el primer contacto con la revista en soporte papel se establece por medio de la tapa y en el soporte digital suele ser, generalmente, por medio de la interfaz que ofrece la *home* (aunque también se puede acceder de manera directa a otras páginas “internas” del sitio sin pasar nunca por ella, por ejemplo al acceder por medio de algún enlace), el contacto que se establece en las redes sociales no pasa ya por la tapa o por la *home* sino más globalmente por el discurso de la marca/estilo.

La nueva dinámica que comporta la circulación en las redes sociales produce una expansión y penetración del discurso de marca de dimensiones inéditas; se podría afirmar que se produce un cambio de escala con una capacidad de expansión aparentemente ilimitada por cuanto él “sigue” al usuario en todos sus desplazamientos desterritorializadamente, y a la vez, con autonomía respecto de la revista en soporte papel.

Ahora bien, tal expansión habilita la pregunta de hasta dónde es posible su gestión por parte de los grupos editoriales. Nos referimos a que, ante tales modificaciones en las condiciones de mediatización y frente a tamaña multiplicación de los canales de distribución de los contenidos, el discurso de marca puede empezar a funcionar de manera muy diferente a la concebida originalmente por los grupos editoriales, *id est*, el ingreso a un nuevo contexto discursivo incide de manera directa sobre su funcionamiento (piénsese, por caso, en las múltiples *inflexiones de sentido* que podrían producirse en esos pasajes).

Todo esto, finalmente, estaría dando lugar a que la circulación discursiva alcance grados de complejidad cada vez más altos y que se configuren, concomitantemente, nuevos órdenes emergentes en los que los actores intervienen –participativamente– de maneras inéditas hasta el momento, caracterizadas asimismo por un creciente grado de imprevisibilidad.

Notas [↑]

[1] Portal: cosmo test: “¿sos una chica mala?; Confesiones: contanos tus vivencias más hot y excitantes; Black fever, a la hora de la conquista la lencería negra jamás falla. La revista de julio en tanto promete: Wild sex, porqué la pasión más primitiva puede darte un placer superior; 101 ideas para un sexo más ardiente ¡y divertido!; Lencería que enciende tu intimidad con él, mientras que la de mayo anuncia: La nota de sexo que no podemos contarte en tapa o la Guía para mimar tu punto G”.

[2] Retomamos, aunque reformulada, la oposición parataxis/hipotaxis para referir respectivamente la puesta en un mismo nivel o en niveles diferenciados (subordinación, jerarquización, figura-fondo, etc.) de los distintos componentes o unidades discursivos. (Kayser, W. 1961: 187 y 188)

[3] Seguimos en este punto los lineamientos de un análisis enunciativo no exclusivamente anclado en el orden de la palabra, especialmente las formulaciones de Verón 2004, Traversa 2009 y Steimberg 1993 que configuran el marco teórico de este trabajo

[4] Se siguen aquí las proposiciones de Eliseo Verón quien distingue entre género L (caracterizado por un cierto agenciamiento de la materia del lenguaje, sea escrito u oral; entrevista, reportaje, encuesta, debate, entre otros, remiten a este tipo) y género P que permite clasificar productos mediáticos, entidades discursivas muy directamente ligadas a fenómenos de competencia dentro del universo de los medios y que se caracterizan muy a menudo por ciertas invariables de “contenido”, es decir, conjuntos relativamente estables de campos semánticos (Verón, E, 2004:196 y ss.)

[5] Por ejemplo, en el 2005, en el site oficial de la American Marketing Association www.marketingpower.com (Brand Extensions: when and where to extend your brand into new markets, November 17) se señalaba que la mayoría de los 30.000 nuevos productos para lanzar ese año al mercado estaba representada por extensiones de marcas existentes

[6] Se sigue en este punto las consideraciones de Niklas Luhmann en relación al concepto de Interpenetración. Véase: Luhmann, N. (1998) *Sistemas Sociales: lineamientos para una teoría general*. Barcelona, Anthopos.

Bibliografía

American Marketing Association. *Brand extensions: determining when and where to extend your brand into new markets*. <http://www.marketingpower.com/webcast231.php> (consultado el 7 de marzo de 2007).

Kayser, W. (1961) *Interpretación y análisis de la obra literaria*. Madrid: Gredos.

Steimberg, O. (1993) *Semiótica de los medios masivos*. Buenos Aires: Ediciones Culturales Argentinas.

_ (1988) *La recepción del género. Una investigación sobre los juicios de calidad acerca de los medios*. Buenos Aires: Colección Investigaciones 1, Secretaría de publicaciones Facultad de Ciencias Sociales UNLZ.

Traversa, O. (2009) “Por qué y cómo estudiar las tapas de las revistas: el papel de la noción de Dispositivo”, en *Figuraciones 5*. Buenos Aires. ATCA-IUNA.

_ (2009) “Dispositivo y enunciación: en torno a sus modos de articularse”, en *Actas del VI Congreso Internacional Chileno de Semiótica*, Universidad de Concepción, Concepción.

_ (1995) “Carmen, la de las transposiciones”, en *La piel de la obra*. Buenos Aires: Instituto de Artes del espectáculo, UBA.

Verón, E. (2004) “Prensa gráfica y teoría de los discursos sociales: producción, recepción, regulación (1998)” en *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.

_ (2004) “Cuando leer es hacer: la enunciación en el discurso de la prensa gráfica (1984)” en *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.

_ (1993) *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.

María Silvina Tatavitto

Profesora en Letras (UNNE). Se desempeña como docente e investigadora en el Instituto Universitario Nacional del Arte y en la carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Ha publicado trabajos inscriptos en los desarrollos semióticos aplicados a los medios masivos. silvintata@yahoo.com.ar

Federico Buján

Doctorando en Humanidades y Artes (UNR), becario PGTII del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), docente e investigador en el Instituto Universitario Nacional del Arte (IUNA). Participa en distintos proyectos de investigación vinculados con la educación, las nuevas tecnologías y los discursos mediáticos contemporáneos y es miembro colaborador del programa de Investigación, Desarrollo y Transferencia “Dispositivos Hipermediales Dinámicos” (CIFASIS, CONICET). fbujan@gmail.com

Barcelona on-line: una peculiar invitación a la lectura

Susana Temperley

El siguiente trabajo se propone dar cuenta de los procesos de producción de sentido involucrados en la portada de las revistas de humor argentinas en su formato on line. Resulta de interés la mirada meta que surge de la propuesta comunicacional fundamentalmente paródica de estos discursos ya que ella se detiene y opera sobre los tres ejes analíticos que permiten dar cuenta del *dispositivo* de las revistas virtuales en su particular funcionamiento. Estos ejes son: las operaciones semióticas puestas en juego, el colectivo de identificación al que dan relieve los fenómenos transpositivos involucrados. De esta manera, la ponencia se enmarca en el objetivo del proyecto *Dispositivos mediáticos: los casos de las tapas de revistas en papel y en soporte digital*, cuyo objetivo es el de mostrar que las *home pages* constituyen dispositivos autónomos del resto de los componentes textuales de esas publicaciones y de las tapas de las revistas producidas en papel.

Palabras clave: dispositivo, portada, virtualidad, operaciones, transposición, colectivo de identificación

Barcelona On-line: an unusual invitation to reading

The following work intends to report on the production of meaning processes that are involved in the covers of Argentine on line humor magazines. It is of interest to note the meta-view that emerges from the essentially parodying communication proposal of these speeches, since it stops and operates over the three analytic axes that enable to refer to the virtual magazines dispositive in its particular functioning (these axes are: the semiotic operations that are brought into play, the identification group to which they enhance, the transposition phenomena that are involved). Thus, the presentation is framed into the objective of the project *Media Dispositives: the cases of the magazine covers in paper format and in digital format*, which purpose is to demonstrate that the covers of the on-line ones constitute dispositives that are autonomous from the other textual components of these publications as well as from the magazine covers that are produced in paper.

Palabras clave: dispositive, cover, virtuality, operations, transposition, identification group

1. Introducción

Este trabajo se enmarca en el proyecto *Dispositivos mediáticos: los casos de las tapas de revistas “en papel” y en soporte “digital”*, cuyo objetivo es el de indagar en qué medida las *homes* de las revistas on-line constituyen dispositivos autónomos del resto de los componentes textuales de esos sitios y también, de las tapas de las revistas producidas en papel[1]. Así, las siguientes líneas se circunscriben al caso de la *home* de *Barcelona* y su clasificación como *portada virtual*.

2 En este marco, se expondrán los resultados de un análisis que procede dando cuenta de lo reidero[2] en la *home* de *Barcelona* virtual[3] a partir de tres ejes analíticos. Estos ejes son:

- Las operaciones semióticas
- Los fenómenos transpositivos involucrados
- El perfil de destinatario al que da relieve

2. Operaciones

A fin de circunscribir el análisis de la *home* de *Barcelona* indagando en las operaciones que ésta pone en juego, resulta pertinente estudiar aquellas concernientes a las relaciones vinculares que configuran la *home* como dispositivo. Antes de abordar el análisis se hace necesario realizar tres señalamientos:

a. Al tratarse de un objeto de estudio complejo aparece la necesidad de incorporar al aparato conceptual aquí en uso, las nociones de interfaz e interpenetración tal como las define Verón:

“El desfasaje producción/reconocimiento no es otra cosa que la *interfaz* donde *el sistema de los medios, que opera como entorno de los actores, pone su propia complejidad a disposición de estos últimos, y recíprocamente: el sistema del actor, que opera como entorno del sistema de los medios, pone su complejidad a disposición del sistema de los medios*. Nos encontramos aquí con el concepto de *interpenetración* elaborado por Luhmann en *Social Systems*”[4]

Desde este enfoque, podemos entender la *home* de *Barcelona* como interfaz[5] que vincula el sistema mediático y el sistema de consumo.

b. Así como las tapas de las revistas en soporte papel presentan diferentes instancias de funcionamiento: exhibición (en el kiosco) – lectura – almacenamiento[6], en el caso de las *homes* de las versiones virtuales, detectamos dos de estas instancias, específicamente las de exhibición y lectura[7]. Observamos, además, que en estas *homes* la exhibición y la lectura se producen en una relación que podríamos denominar de acople pues

ellas aparecen frente al usuario como *puerta de entrada*[8] y, al mismo tiempo como cartografía orientadora de la lectura (esta puede desarrollarse casi de forma inmediata en el momento de apertura de la página). Por lo tanto, consideramos a esta superficie como interfaz que articula operaciones de funcionamiento en la instancia exhibición-lectura.

c. Sin embargo, no es el único conjunto de operaciones que exhibe, pues la *home* de *Barcelona* presenta un rasgo diferencial: el elemento paródico se presenta como recurso predominante para *suscitar risa*. Ahora bien, si tomamos la definición de parodia de Bajtín como una forma de polifonía, podemos indagar en las operaciones polifónicas en el caso de la *home* de *Barcelona* virtual y en el modo en que estas se suman al funcionamiento de la interfaz y determinan un incremento del espesor operatorio de reenvíos.

2.1 Casos

A fin de dar cuenta de este espesor de la *home* de *Barcelona* online como interfaz, podemos caracterizar al menos tres tipos de complejos operatorios y la consecuente habilitación de ciertos efectos de sentido en reconocimiento.

a. Primera tendencia: Intertextualidad y auto-referencialidad

Caso: Se observa un recuadro en el margen superior derecho de la *home*, a continuación del nombre *Barcelona*, que versa: “Mundial 2010 Faltan – 18 días”.



Figura 1

Aquí se hace evidente una cita al contador característico de *Crónica* pero además, la mención del “-18 días” habilita el efecto paródico. Por

otra parte la ubicación del recuadro mencionado da lugar a una operación del orden del dispositivo. Puesto que este fragmento funciona efectivamente como parte del encabezado de la *home* (acompaña el nombre y slogan que ocupan el espacio superior), el efecto de sentido que habilita, más allá de la parodia, es el de: “esta *home* es una verdadera *home*” de un medio on-line. Se trata aquí de instaurar un ejercicio cognitivo consistente en reconocer el discurso citado, comprender la burla y en simultáneo otorgar validez de *home* a la superficie textual.

b. Segunda tendencia: parodización volcada a la instancia de reconocimiento

Caso: Sección “¿Qué mediático le gustaría ser?” es una encuesta con posibilidad de elegir varias opciones (nombres de diferentes celebridades).

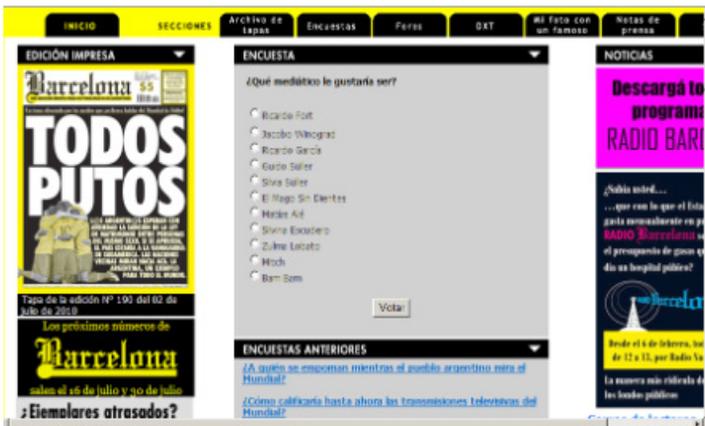


Figura 2

En este caso la operación consiste en posicionar al sitio como publicación popular de espectáculos y definir al lectorado como consumidor de este tipo de prensa. En paralelo, otra operación –esta del orden del dispositivo- habilita el efecto de sentido: *verdadera home de medio on-line* y, además, genera una invitación a la participación activa del lector a través de su respuesta. En este nivel, las operaciones se asientan sobre la interfaz exhibición-lectura en su carácter interactivo.

El mismo carácter de pliegue de operaciones (operación polifónica y del orden del dispositivo) se observa en la sección “Mi foto con un famoso”, que invita al lector de la *home* a participar enviando una fotografía sometida a trucaje digital. Las imágenes muestran al lector junto a iconos de la cultura y el arte (ej., una foto retrato trucada donde se ve un consumidor de Barcelona online posando junto a los Beatles. El epígrafe versa “La banda que tenía en el secundario con unos amigos”). Aquí, ambos conjuntos operatorios permiten dar cuenta de un efecto del sentido global: “nuestros lectores se unen a nosotros para producir humor”.



Figura 3

c. Tercera tendencia: puesta en relieve de la asimetría entre producción y reconocimiento

Caso: segmento que ofrece la posibilidad de recibir los ejemplares atrasados mediante la imagen de la tapa de la revista (en papel) y las leyendas “¿Ejemplares atrasados? Envíos a todo el país y el mundo. Pídalos aquí”.



Figura 4

También aquí se superponen las metaoperaciones polifónicas y las correspondientes al dispositivo (específicamente, la relación “interactiva” entre sitio y lector) pues, por una parte, el medio se parodia a sí mismo, atribuyéndose el estatuto de una publicación de llegada internacional pero, por otra, habilita efectivamente la posibilidad de pedir los ejemplares atrasados de *Barcelona* en formato papel.

Sin embargo, de todo ello resulta un reconocimiento (posible) también del orden de lo metadiscursivo que consiste en la pregunta *¿llegará al exterior verdaderamente?* Se habilita la duda, por parte del lector, entre “lo posible” y “la broma”.

Otro ejemplo que pone de relieve la asimetría entre producción y reconocimiento consiste en la sección de publicidad de *Radio Barcelona*, que

versa: “Descargá todos los contenidos de Radio Barcelona” y luego (con un cambio de tono) “¿Sabía usted que con lo que el Estado nacional gasta mensualmente en producir Radio Barcelona se podría cubrir el presupuesto de gasas que utiliza en un día un hospital público?”; y como cierre “Desde el 6 de febrero todos los sábados de 12 a 13 por *Radio Nacional* AM870. La manera más ridícula de despilfarrar los fondos públicos”. Aquí también, se abre la posibilidad de la duda (¿Será cierto lo que dice la leyenda? ¿Será *corrupta* Barcelona?).

Los dos últimos casos presentados constituyen buenos ejemplos de asimetría - o en todo caso, de una operación de parodia de la asimetría entre producción y reconocimiento- pues en reconocimiento no necesariamente se leerá el posicionamiento del lector y su rol participativo en la parodia, establecidos en producción. Además, en ambos casos, el pliegue de interfaces habilita los efectos de sentido que podemos denominar *de auto-referencialidad*. Aparece, de este modo, la parodia de *Barcelona* hacia sí misma como medio de comunicación *deshonesto* pero también se presenta como una publicación que invita a escuchar de forma efectiva los programas de su radio. Se trata de una verdadera invitación que promueve el orden el dispositivo.

En síntesis, se pudieron detectar tres tendencias que involucran operaciones polifónicas y operaciones que recaen en el funcionamiento del dispositivo, que denominamos:

1. Intertextualidad y auto-referencialidad
2. Parodización volcada a la instancia de reconocimiento
3. Puesta en relieve y parodización de la asimetría entre producción y reconocimiento

Ahora bien, con respecto a la línea de operaciones del orden del dispositivo (en tanto refieren a la *home* y su funcionamiento como tal), es posible observar una línea aditiva desde la primera tendencia a la tercera: en la primera, la operación recae sobre la presentación de la *home* como *puerta de entrada*; en la segunda, además de esta presentación de la *home* como puerta de entrada, se produce una invitación al feedback por parte del destinatario; mientras que, en la tercera, encontramos todo esto más la puesta a prueba del vínculo cómplice del lectorado y *Barcelona* a través del juego de distancias entre el sentido habilitado en producción y los posibles reconocimientos.

3. Transposición[9]

Otro eje analítico pertinente para dar cuenta de la *home* de *Barcelona* como dispositivo es el que corresponde a las operaciones de transposición que habilita. De entrada, puede percibirse la asociación estilística del en-

cabezado con el de la tapa de la revista (se replica el nombre y slogan con la utilización de idéntico diseño tipográfico y el color amarillo de fondo, rasgo distintivo de *Barcelona*). Es decir, que en una primera mirada se reconoce la *identidad Barcelona* en esta *home*.

Sin embargo, al indagar en la propuesta comunicacional, se observa que *Barcelona* online no se configura a partir de los mismos géneros L[10] de la revista, y tal aspecto se manifiesta de entrada, en las diferencias entre la tapa papel y la *home*. En la primera, se anuncian y prometen noticias y artículos dispuestos para su lectura mientras que en la tapa digital se presentan encuestas, adivinanzas, claims, etc. (se trata de pequeños segmentos caracterizados por texto escaso) que invitan al feedback inmediato con sólo clicar en la misma página de inicio. De este modo, la organización interactiva de superficie toma primacía dejando en segundo plano las remisiones a un interior (al contenido propiamente de lectura). Esto se observa incluso en la ubicación relegada de links de notas o críticas, pues tales secciones se encuentran al final de la *home* (es decir, que el usuario no las percibe sin hacerscroll hacia abajo).

Desde este punto de vista, esta *puerta de entrada* no es tal pues no tiene como función primaria la de guiar hacia un interior sino que se parece más a un tablero de entretenimiento interactivo. Se trata entonces, de un dispositivo diferente, con una función vincular específica.

Ahora bien, esta diferenciación: ¿qué aspectos permite observar acerca de la naturaleza de los vínculos que propone la *home* de *Barcelona* en comparación con los de la tapa de la revista? En este punto es posible apreciar un movimiento de reflexividad que involucra el orden del dispositivo, que es común entre ambas (y que contribuye a la identidad *Barcelona* de



la *home*): una parodia su propia condición de *home* así como la otra parodia su función de puerta de entrada a la revista[11]. Tal aspecto se observa por ejemplo, en el modo en que recrea la sección de reenvío a links externos, propio de las *homes* de medios cuya función es la de sugerir la visita a estos sitios. En el caso de *Barcelona* on-line, esto se hace presente en la sección “Amigos de Barcelona” con links que incluyen desde Google al sitio del Gobierno de las Islas Malvinas, el de la CIA, la Sociedad Rural Argentina, el “Álbum Blanco, el diario de un hincha de All Boys” y el sitio del “Conjunto Falopa”. Al apreciar la índole de las instituciones que aparecen sin otro criterio más que la organización como

Figura 5

lista, se observa que detrás de estas direcciones se patentiza un modo de ironizar el propio posicionamiento.

Sin embargo, el rasgo distintivo de la *home* con respecto a la *tapa* se hace presente pues aquí no encontramos una propuesta de lectura de un texto (función de tapa como invitación a la lectura de un contenido) sino la de una superficie que se ofrece para ser intervenida. Se evidencia, así, la heterogénea naturaleza del vínculo medio-receptor. Esta diferencia puede ser caracterizada a partir de reflexiones formuladas por Betettini (1998):

“...la textualidad producida por la tecnología informática no puede ser considerada como un sistema cerrado de signos sino como una acción in fieri. La interacción hombre-máquina se coloca en una posición intermedia entre la conversación textual de naturaleza simbólica (inmanente en cada texto y situada en la relación entre dos sujetos simbólicos – el enunciador y el enunciatario), y un intercambio comunicativo concreto”.

Desde este punto de vista, la propuesta comunicacional de la *home* de *Barcelona* configura el lugar del destinatario como productor de humor, proponiendo una gramática de reconocimiento que incluya en su respuesta (feedback) la generación de parodia.

4. Perfil del destinatario

En primer lugar hemos de considerar que más allá de parodiar los acontecimientos que conforman la *actualidad* construida por los medios de comunicación, y de presentarse estilísticamente como extensión de la revista en papel, la *home* de *Barcelona* on-line se presenta como la ya señalada superficie (una especie de tablero) de entretenimiento interactivo. Ahora el objetivo consiste en definir como es el perfil de aquel actor que interviendrá con su (posible) feedback al proceso de comunicación. Así, surge la necesidad de repensar la pertinencia en el uso del concepto de “lector” pues en los casos en que este es invitado a la interacción inmediata con la superficie textual (ingresando a los links y botones sugeridos, eligiendo entre las opciones que ofrecen las encuestas e incluso subiendo una foto trucada por él mismo), el término parece ser insuficiente. Para definir a este “interlocutor” aparece como posibilidad (provisoria) el concepto de *usuario*.

Ahora bien, el foco de interés aquí reside en las exigencias técnicas y los procesos cognitivos relacionados con su lugar de interlocutor activo. Desde este enfoque, el sujeto no es un simple *reconocedor* de parodia (títulos de noticias y artículos) sino que también interviene como generador de risa e incluso puede considerarse como núcleo del proceso de producción de sentido cuando:

a. El sujeto y su respuesta interactiva pueden aparecer como el foco de la parodia, como en el caso “¿Qué mediático le gustaría ser?”: el humor depende aquí de operaciones cognitivas que involucran la lectura de la lista de opciones. Luego, se habilita un posible reconocimiento del tipo “¿por qué creen que querría ser alguno de estos personajes?”.

b. El usuario mismo genera la operación de parodia, como en el caso “Mi foto con un famoso”, donde la foto y el epígrafe son aportes efectivos que el usuario realiza en la *home*.

Así, podemos postular que la construcción de un destinatario por parte de la *home* de *Barcelona* pasa, en gran medida, por esta ubicación del lector-usuario como formando parte de la interfaz y a partir de ello, la habilitación de relecturas y de chistes[12]. En otras palabras, más allá de la exigencia de ciertos saberes sobre la *actualidad* o incluso de reconocer a la *home* como un producto con identidad Barcelona (por asociación estilística con la revista), al construir el perfil de lector-usuario aparece la exigencia de ciertas competencias paralingüísticas relativas al funcionamiento de la *home* como dispositivo y a continuación, el conocimiento de un código que permita alcanzar la comprensión de la broma sobre este complejo operatorio y sobre el mismo lector-usuario como parte de él.

En síntesis, es posible delinear las características que, en el nivel del dispositivo, configuran al usuario. Éstas son:

-El hecho de no ser ya un lector a secas sino que ahora se trata de un lector- usuario.

-Que participa de forma activa de un conjunto de procesos de interpenetración entre sistemas.

-El mismo sabe que forma parte nuclear de una interfaz y eso le permite participar en la parodia de la misma.

5. Observaciones finales

Al realizar una última reflexión sobre el caso analizado se concluye como particularidad de esta *home*, la de detentar un rasgo de género, situado en el dispositivo, pues, a partir de las operaciones meta que se manifiestan en diferentes niveles de organización, este se pone de relieve permanentemente como parte de lo reidero (la risa se suscita en una referencia al dispositivo de otras *homes* de revistas on-line; al propio lugar de dispositivo y/o al lugar del reconocimiento, es decir al del usuario que se reconoce participando en una interfaz). Se patentiza así, el privilegio de las *homes de humor* de tematizar en cada una de sus operaciones no sólo el funcionamiento de otras *homes* como dispositivos sino también su propio funcionamiento como tal.

Notas [↑]

[1] Para Traversa, las tapas constituyen un vínculo singular entre el *medio* en su conjunto y los actores sociales, que pueden o no acceder al *todo* textual que acompaña a ese componente. Así, "...la noción de dispositivo, que para el caso de las tapas sería susceptible de ser pensada como un *operador de separación* de los componentes del tejido semiótico (...) comportan siempre un doble reenvío: hacia el exterior del medio y hacia su interior; papel que cumplen con propósitos no homogéneos diferentes artefactos: ¿filtros?, ¿interfases?, ¿membranas? No es prudente clausurar esta discusión" (O. Traversa, 2009:50).

[2] "El término es acuñado para indicar un fenómeno genérico: existen cosas y sucesos del mundo –entre ellos tapas de revistas- que suscitan risa". En el caso de lo reidero y los medios de comunicación Traversa señala una observación de Steimberg (2001): "... los *lugares* estipulados por Freud, para las relaciones cara a cara del chiste, lo cómico o el humor son ocupados, seguramente de modos diferentes, según el sitio y características del medio de que se trate" (Traversa, 2009:7).

[3] El corpus seleccionado para el análisis corresponde a las ediciones de mayo a setiembre de 2010.

[4] "La interpenetración no es una relación general entre sistema y entorno, sino una relación intersistema entre sistemas que son entorno uno para el otro. (...) Hablamos de 'penetración' si un sistema *produce* su propia *complejidad* (y con ella la indeterminación, la contingencia y la presión selectiva) *como disponible para la construcción de otro sistema*. Precisamente, en este sentido, los sistemas sociales presuponen la "vida". Ahora, la interpenetración existe cuando esto se produce de manera recíproca, es decir cuando los dos sistemas se vuelven disponibles el uno para el otro, introduciendo su propia complejidad ya constituida en el otro" (Luhmann, 1995, p. 213 citado en En Boutaud, J. y Verón, E., 2007 :11).

[5] Entendida como la instancia donde se encuentran dos sistemas para interrelacionarse.

[6] Cingolani (2009:6)

[7] Cuando se ingresa al sitio por la *home*, se habilitan dos vínculos diferenciados: 1- el de contacto entre medio y destinatario; 2- el de guía de la lectura (trazado de un recorrido). Con respecto a la función de almacenamiento consideramos que el archivo y la colección de revistas en papel presentan estatutos no asimilables al caso de las *homes*, dada la naturaleza digital de estas últimas, por lo tanto esta tercera instancia queda aquí relativizada.

[8] Teniendo en cuenta que, el ingreso a una publicación virtual puede realizarse por otras vías, por ej., a través de un buscador, y no sólo por la *home*; es decir que ésta no es única puerta de entrada al sitio.

[9] Verón (1988).

[10] El concepto *Transposición* remite al pasaje de un discurso de un medio, soporte o lenguaje a otro (la novela al cine por ejemplo). Ver Oscar Steimberg (1998)

[11] Verón (1998 [2004]: 193).

[12] La tapa en papel parodia una tapa "sensacionalista".

[13] La herramienta digital permite no sólo otros tipos de participación sino una verdadera inversión de roles: el que estaba del otro lado de la frontera (*tapa/home*) puede pasar adentro. Antes lector = afuera / personajes = adentro. Ahora se crea un canal de entrada y salida fluido. Esto implica toda una serie de cambios de estatuto de distinta índole...; por ej., ahora, él mismo es condición de producción de lo risible. La simetría así, se lleva al más alto grado.

Bibliografía [↑]

Bettetini, J. y Colombo, F. (1998), *Le nuove tecnologie della comunicazione*, Milano: Strumenti Bompiani, (Trad: Carla Ornani). Buenos Aires: Material de circulación interna Proyecto *Dispositivos mediáticos: los casos de las tapas de revistas "en papel" y en soporte "digital"*.

Boutaud, J y Verón, E. (2007) "Del sujeto a los actores. La semiótica abierta a las interfaces" *Sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques en communication*, Paris: Lavoisier, Hermès Science.

Cingolani, G. (2009) "Tapas de semanarios: operaciones enunciativas en sus tres emplazamientos", en *Figuraciones N°5* Buenos Aires: Crítica de Artes, IUNA.

Steimberg, O. (1993) *Semiótica de los medios masivos*. Buenos Aires: Ediciones Culturales Argentinas.

- Traversa, O.** (2009) “Por qué y cómo estudiar las tapas de las revistas: el papel de la noción de Dispositivo”, en: *Figuraciones N°5*, Buenos Aires: Crítica de Arte, IUNA
- Verón, E.** (1998 [2004]) “Prensa gráfica y teoría de los discursos sociales: producción, recepción, regulación”, en: *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.
- “Cuando leer es hacer: la enunciación en el discurso de la prensa gráfica” en: *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa
- (1993) *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa



Susana Temperley

es profesora en el Área Transdepartamental de Crítica de Artes del IUNA donde dicta las materias de Semiótica y Teoría de la Comunicación y Semiótica General. Licenciada en Comunicación Social (UBA) y ha recibido el título de posgrado de la Especialización en Textos Críticos y Difusión mediática de las Artes (IUNA). Forma parte del equipo de investigación del Proyecto “Dispositivos mediáticos” dirigido por el Dr. Oscar Traversa (Área: Crítica de Artes del IUNA).
stemperley@hotmail.com

La estrategia de la frustración.
Análisis de las operaciones discursivas
de la Revista de humor NAH!,
en los soportes impreso y digital
Juan Alfonso Samaja

La presente ponencia se enmarca en el proyecto del IUNA *Dispositivos mediáticos: los casos de las tapas de revistas en papel y en soporte digital*, que dirige el Dr. Oscar Traversa. El trabajo que presentamos consiste en una descripción particular de la organización discursiva de la *Revista NAH!*, y de un análisis comparativo entre sus dos soportes, digital e impreso, con el objeto de evaluar la especificidad discursiva que cada materialidad supone, así como de las diversas formas de remisión entre la revista impresa y la versión digital.

Palabras clave: revista Nah!, humor, frustración, especificidad discursiva

The strategy of frustration. Analysis of the discursive operations of the humoristic magazine NAH! in press and digital media

This paper is part of the project of the IUNA: *Media dispositives: the cases of the magazine covers on paper and digital support*, directed by Dr. Oscar Traversa. The work we present consists of a specific description of the discursive organization of *Revista NAH!*, and a comparative analysis between its two media support, digital and press, with the aim of evaluating the discursive specificity that each materiality implies, as well as the various forms of remission between the printed magazine and the digital version.

Palabras clave: magazine NAH!, humor, frustración, discursive specificity

1. Presentación

El trabajo que aquí se presenta se enmarca en el proyecto general sobre *Dispositivos* que viene realizando el Dr. Oscar Traversa en el IUNA[1]. Su objetivo principal es identificar las estrategias enunciativas distintivas de las tapas de revista a partir de la existencia simultánea del doble soporte (impreso y digital). Dicho objetivo responde a una hipótesis doble, según la cual, la tapa es un elemento textual autónomo respecto del resto del conjunto textual al que supuestamente la tapa preanuncia. Por otra parte, los

soportes materiales en que cada producto textual se manifiesta constituyen también *dispositivos relativamente autónomos*, lo cual deriva lógicamente en la construcción de operaciones discursivas específicas y propias de esas condiciones materiales que habilitan, al mismo tiempo que limitan, ciertas estrategias posibles.

En este caso particular, hemos trabajado con la publicación humorística conocida como *Revista NAH!* El objetivo del trabajo es presentar un análisis comparativo entre sus dos soportes, con el objeto de evaluar la especificidad discursiva que cada materialidad supone a los fines de producir el *efecto cómico*, así como analizar las diversas formas de remisión entre la revista impresa y la versión digital.

Por las especificidades propias del eje de análisis considerado (la frustración en las formas de remisión entre los componentes de la revista) nos hemos visto en la necesidad de trascender los límites propuestos por el proyecto, incorporando al análisis las secciones internas en versión papel (notas, sumarios, contratapas, etc.), así como los distintos componentes que constituyen el portal digital.

A partir de este concepto de la autonomía relativa de la tapa, hemos pretendido relevar el grado de remisión que establecen cada uno de los componentes con el sistema total, tanto en la versión impresa, como en el sitio digital, e incluso evaluar la posibilidad de considerar a ambos como un microsistema discursivo.

2. Metodología

En cuanto a las versiones impresas, el corpus analizado comprende los 29 números completos editados hasta el momento. Se comenzó con los números hallables comercialmente (8, 11, 13 y restantes). Respecto del sitio digital (www.revistanah.com.ar), se realizó una primera fase exploratoria no sistemática entrando en diversos momentos: a veces, día tras día; a veces, en lapsos más espaciados.

2.1. Variables y dimensiones del análisis del objeto.

La variable principal seleccionada para el análisis del caso es el *grado de relación entre los componentes y el sistema*. De esta variable general se han derivado las siguientes dimensiones: 1) remisiones internas en la nota: entre título y texto; entre título y foto; entre foto y texto; 2) remisiones entre notas de un mismo número, las cuales pueden presentar la siguiente forma de variación: a) referencias directas, b) referencias indirectas, c) notas organizadas en torno a un eje temático común; 3) remisiones entre la tapa y el contenido de la revista; 4) remisiones entre un número y otro.

Dada la dinámica propia de los dispositivos, las dos últimas dimensiones (3 y 4) sólo pueden analizarse en la versión impresa. En cuanto a la

primera dimensión, el sitio digital no presenta estrictamente una tapa, sino un ingreso a los contenidos generales. No hay un contenido síntesis que represente o pretenda representar los contenidos distribuidos en el sitio.

Sobre esto último, hay que hacer una aclaración: el sitio digital (en su primera versión, hasta octubre de 2010) incluía las tapas de la edición impresa, y presentaba diversos vínculos relacionados en menor o mayor medida con el tema de la tapa. Esto sí se ha tenido en cuenta como forma de remisión entre componentes, pero estas *tapas* que aparecían en el sitio, no funcionaban –como es obvio– de tapa del sitio, sino como meros contenidos y componentes internos, no difiriendo en ello de cualquier otro vínculo. Por otra parte, la función retórica que desempeña la tapa en la versión impresa no se conserva en forma alguna en el sitio digital; éste se presenta como una acumulación de contenidos dispuestos de manera más o menos arbitraria, sin condicionar –al menos en apariencia– ningún orden de lectura específico. Por lo tanto, sigue siendo cierto que la relación entre tapa y contenidos sólo puede analizarse, en sentido estricto, en la versión impresa.

En cuanto a la segunda dimensión (remisiones entre notas de un mismo número), al no presentarse el sitio digital (en la versión que se ha analizado) con una lógica acumulativa en la actualización de los contenidos, es decir, al no estar organizado en una línea temporal, no hay rastros de una remisión de los contenidos actuales a contenidos anteriores[2]. Por lo tanto, las únicas remisiones que se pueden analizar son las que se presentan *en simultáneo* en una misma actualización. En este sentido, la versión impresa manifiesta una mayor complejidad discursiva, porque permite organizar las remisiones *en simultáneo* y *en sucesivo*.

3. Descripción general de la revista

A diferencia de una revista de humor como *Barcelona*, que opera discursivamente con la actualidad (política, social o económica), la *NAH!* no sólo opera relativamente al margen de la actualidad, sino que constantemente hace referencia a la cultura de la década de los '80. Hay sólo dos casos relevados hasta ahora en donde se refieren hechos de actualidad: los números 13 y 14[3].

Por lo analizado hasta el momento, sostenemos que la operación discursiva más recurrente y sistemática a la hora de provocar el efecto cómico es la que denominamos *estrategia de la frustración*. Como su nombre lo indica, se trata de frustrar la expectativa acerca de aquello que se promete, o bien de aquello que es esperable por el lector a partir de ciertas convenciones propias del género.

Este concepto describe la relación entre lo que la instancia de reconocimiento espera, a partir de ciertos indicios que halla en los niveles textuales,

y lo que la instancia de producción finalmente realiza. En otras palabras, la *frustración* define un vínculo asimétrico entre lo que resulta esperable por regla o convención y lo que efectivamente sucede. En este sentido, el vínculo asimétrico no responde a la dupla *posible-existente* sino, más bien, a la dupla *necesario-existente*. Lo inesperado del efecto humorístico no se da, entonces, entre lo que es posible y lo que se actualiza como real, sino entre lo que debe suceder respecto de lo que realmente sucede. Se trata, a todas luces, de una transgresión de las convenciones genéricas.

Como resultará obvio, para lograr este efecto cómico se requiere tanto de la *norma* como de sus posibles desviaciones; el texto motiva ciertas hipótesis, a partir de operar bajo ciertas operaciones semióticas, que luego son refutadas moderada o radicalmente por el propio texto. Para que se frustre cierta interpretación por parte del lector debe darse el caso de que se le induzca a creer en esa interpretación. Pero el lector sólo postulará las hipótesis *que el propio texto consigna*. Por lo tanto, los factores de *convergencia* y *divergencia* son esenciales en la estrategia discursiva[4].

4. La forma de la frustración en el sitio digital[5]

La frustración se manifiesta mayormente en la forma de *falsos vínculos*. Estos se presentan de tres modos posibles: *vínculo trunco* (ausencia completa de contenidos para vínculo), *vínculo con desvío* (comunica con un destino diferente del que se presuponía), y *vínculo con retardo* (aparición de innumerables vínculos intermedios entre el vínculo de origen y el de destino).

a) Ejemplo de *vínculo trunco*: en la portada principal (*home*)[6], en la zona superior izquierda, debajo de la barra principal, aparece un recuadro con la siguiente leyenda: “Hacé clic acá hasta sentir que tu vida no tiene otro sentido que hacer clic acá”. Cuando se pulsa el botón del mouse, el recuadro cambia de color, o de imagen, pero no lleva hacia ningún contenido. (Ejemplo extraído de www.revistanah.com.ar. Visionado del 15/10/2009)

b) Ejemplos de *vínculo con desvío*: aparece una foto de una mujer rubia y muy sexy,

con la leyenda “Fotos de escolares en bolas”. Cuando se hace clic en esa leyenda, se entra a una página cuyo fondo tiene un banner móvil que dice “expedientes secretos”, acompañado de sonidos de jadeos de una mujer. Cuando el banner desaparece, se instala un segundo banner que dice: “Seguí soñando, Gil. *NAH!* (Ejemplo extraído de www.revistanah.com.ar. Visionado del 2/7/2010)

Otros ejemplos de frustración con desvío aparecen en ciertas supuestas interacciones entre el sitio y el usuario. Como ejemplo de este caso, puede

citarse la versión digital de la sección *Babypostas*, en la barra inferior que remite a la tapa del número 18. Aquí se le propone al usuario que escriba una pregunta al bebé para que éste las responda: “Preguntale algo antes de que vomite”. Las respuestas (11 en total) están predeterminadas y son independientes de las preguntas.

“1. Eso no me lo tenés que preguntar a mí sino a Guillermo Andino. Igual, te tiro un dato: el que mira mucho Teletubbies, termina drag queen.

2. No estoy seguro de qué contestarte, como tampoco estoy seguro de que mi pañal esté limpio. De lo que no tengo dudas es de que los que dicen que se irían a vivir a una isla terminan yendo al psicólogo.

3. Mi abogado no me permite contestar ese tipo de preguntas. Sí te puedo decir que el único talento que tienen muchas de las minas que están en la tele es saber arrodillarse.

4. Me malhumoré porque se me acabaron los manices, así que no te voy a contestar. Conformate con esto: un bohemio es un borracho lector.

5. ¿Cómo me vas a preguntar algo así? ¿Qué te fumaste, la barba del choclo? Con esa actitud, lo único que te puedo contar es que cuanto más rápido empezás a cascarte, más rápido debutás.

6. No tengo tiempo de contestar porque estoy chateando con una turríta de salita celeste. Igual, te dejo esto para que lo medites: la culpa no es del obsecuente, sino de a quien le chupan el orto.

7. De una manera muy indirecta, esta es la respuesta a tu pregunta: preferible vivir 60 años morfando frituras que 100 comiendo verduras. Pensalo.

8. Si te bañaras más seguido no tendría problema en responderte, pero tu estado de higiene actual me obliga a señalarte que no hay nada más divertido que esperar a que te saquen el pañal para mearle la cara a alguien.

9. Gracias por contactarte con baby postas on line. En esta oportunidad, he decidido contestarte lo que se me canta el orto, que es: los bebés pulenta aspiran leche en polvo.

10. No entiendo la pregunta. Pero entiendo que por buscar la trascendencia no hay que olvidarse de pagar la luz.

11. Creo que tu pregunta esconde una homosexualidad latente. Por eso, lo único que te puedo decir es que todo dueño de un “Jaguar” tiene un pene de 9cm.”

18 c) Ejemplos de *vínculo con retardo*: en el especial *Veranah* (visionado el 4/05/ 2009), el sitio muestra una primera fotografía en donde se

ven dos señoras mayores en malla sentadas en la arena; dentro de la foto, hay un texto que dice “ingresar al sitio principal”; al hacer contacto con el vínculo aparecen una serie de diversas fotografías con ancianos realizando todo tipo de actividades playeras, desde tomar sol hasta comer choclos, leer el Clarín, etc. En cada fotografía, reaparece un texto que promete ir al sitio principal, cada vez de modo más enfático, o bien excusándose por no haber llevado al usuario al destino prometido y re-prometiéndolo, en cada caso, el destino primeramente mencionado:

Foto 2: “Ahora sí”.

Foto 3: “Ok, ok, ahora sí”.

Foto 4: “Está bien, perdón, ahora sí”.

Foto 5: “Un desliz. Fue un desliz. Sepa disculparnos nuevamente”.

Foto 6: “Entraaaaaar”.

5. La frustración en la edición papel

La versión impresa, por su parte, manifiesta una estructuración de esta característica mucho más desarrollada que la del sitio digital. La misma se manifiesta en dos grandes niveles: el de los contenidos, y el de las formas. El primero es donde se advierten los grados de remisión entre los componentes narrativos del sistema, mientras que el segundo nivel opera preponderantemente en relación con las expectativas que el lector tiene de la revista en tanto sistema.

5.1. El nivel de los contenidos

5.1.1. Las tapas y la defraudación de los contenidos

La defraudación por medio de las tapas puede presentarse con las variaciones siguientes: a. anuncio de notas falsas, b. anuncio de páginas inexistentes, c. anuncio de páginas en una paginación inexistente. El caso más radical lo constituye la edición número 19, en donde se presenta una tapa completamente falsa: ninguna de las notas anunciadas aparece desarrollada o mencionada siquiera en el interior del cuerpo de la revista.



La defraudación por medio de las tapas puede presentarse con las variaciones siguientes: a. anuncio de notas falsas, b. anuncio de páginas inexistentes, c. anuncio de páginas en una paginación inexistente. El caso más radical lo constituye la edición número 19, en donde se presenta una tapa completamente falsa: ninguna de las notas anunciadas aparece desarrollada o mencionada siquiera en el interior del cuerpo de la revista.

Según la lectura del número, la falsa tapa opera como *fachada* para ocultar la crudeza de los contenidos

Figura 1

de la verdadera tapa, que aparece luego de la primera, es decir, en la tercera página. Esta segunda tapa se presenta con el nombre modificado en dirección a su antónimo, *Seh!*



Figura 2



Figura 3

Otro ejemplo de falsa tapa aparece en el suplemento interno de la publicación número 21, llamado *marketeen*.

Un caso extraño de tapa falsa lo constituye la supuesta reedición en 2011 del número especial *Elige tu propia locura 1: tu nombre en clave es partuza*[7]. La cubierta con que se presenta el producto es completamente distinta de la tapa con que se presentó el libro en su edición original en 2003.



Figura 4

En la contratapa se menciona que se trata de una *reedición*, lo que parece justificar el sobreprecio de \$50 sobre los \$12 originales que había costado en 2003. Sin embargo, debajo de la cubierta, el lector advierte que ha sido engañado, pues se trata del mismo libro con una cubierta nueva.

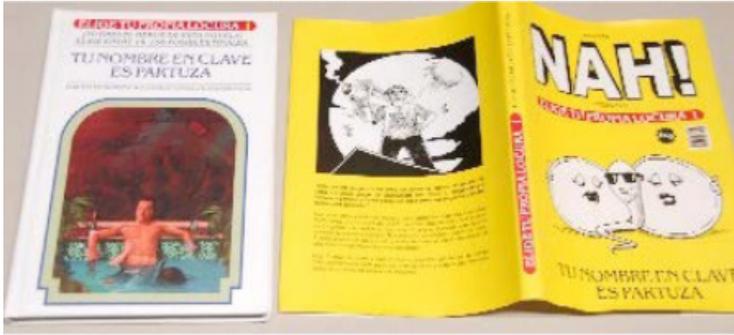


Figura 5

Dos son los indicadores que permiten inferir el engaño: la fecha de impresión del libro y la referencia del precio original (\$12) en la contratapa.

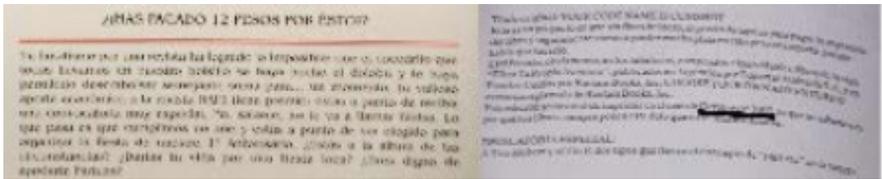


Figura 6

Estas últimas tapas (y contratapa) constituyen los casos más extremos; los restantes operan con un nivel más moderado de la frustración, anunciando algunas notas que luego no aparecen en el cuerpo de la revista, como sucede, por ejemplo, en el número 17:



Figura 7

Otros casos tienen leyendas escritas en dirección vertical que parecen remitir a notas dentro del cuerpo pero que, en verdad, terminan burlándose del lector, como en el caso siguiente:

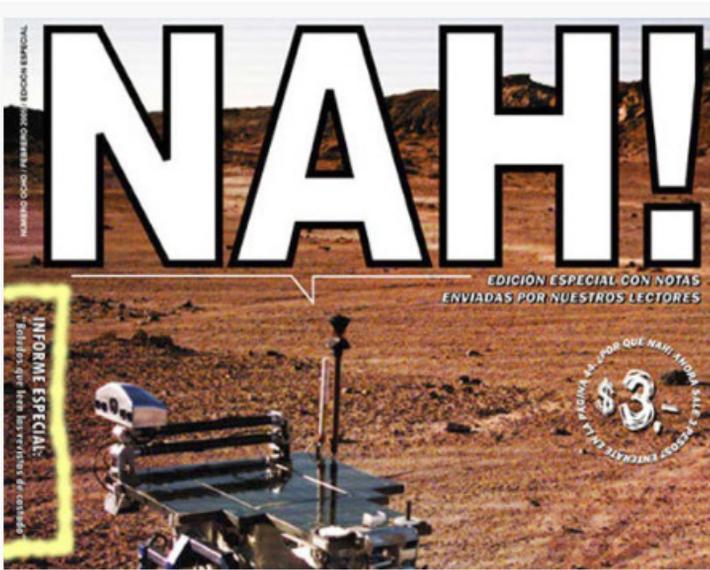


Figura 8 “Informe Especial: Boludos que leen la revista de costado”

En el número 18, aparece otro caso similar sobre el costado derecho.

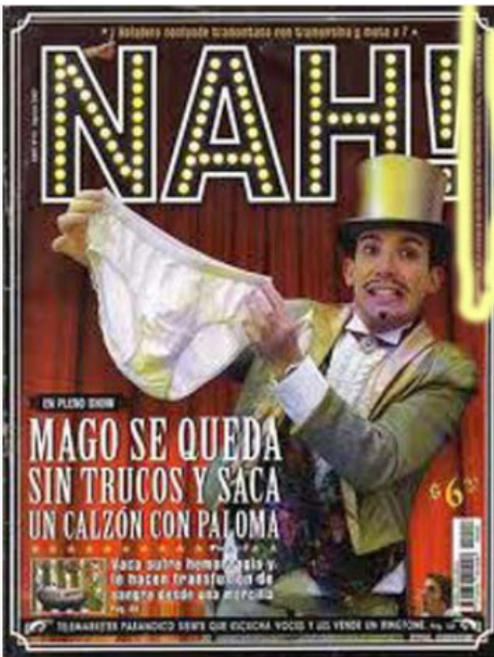


Figura 9 “Afirmar el Dr. Penelovitz: leer la letra chiquita manifiesta un claro deseo reprimido de meterse en el año cosas grandes”

La frustración, otras veces consiste en asociar notas con páginas inexistentes como ocurre, por ejemplo, con el número 26 reeditado.

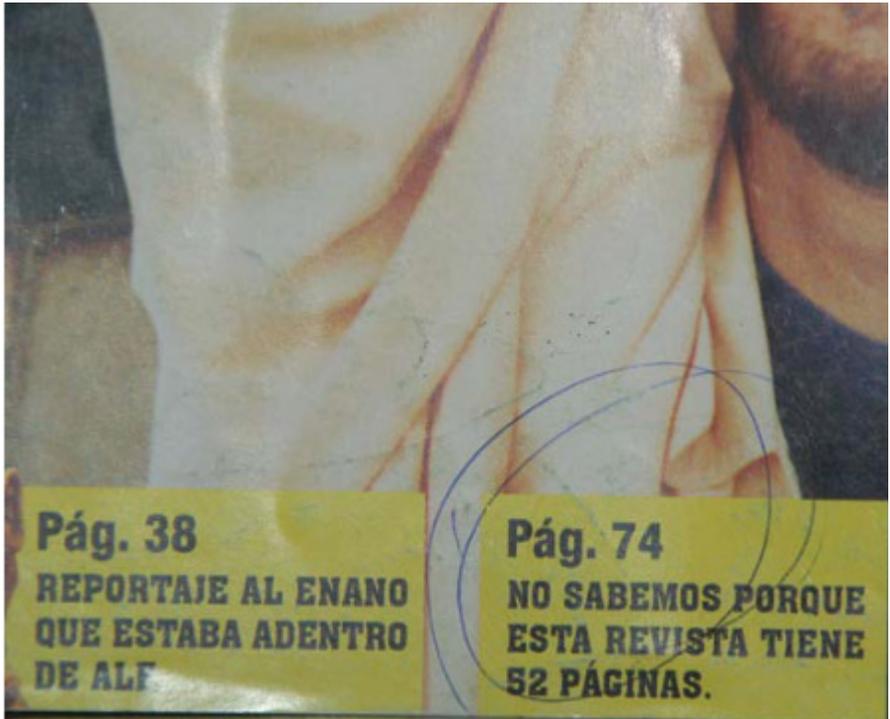


Figura 10

El número 21 presenta algo de esta estrategia pero con alguna variante: en la tapa aparecen varias notas asociadas con números de página. Sin embargo, la paginación de la revista está mezclada con la del suplemento *marketing* (que empieza con la página 26). De esta manera, si el lector se guiara por la paginación del cuerpo principal, encontraría que la nota de Jack Nicholson no se halla en la página 43 sino en la 31. En verdad, está en la página 43, pero incluyendo las 12 páginas del suplemento.

Finalmente, el caso más frecuente es el de indicar páginas en ediciones que no vienen paginadas; la mayoría de los números de la revista no tienen paginación, por lo cual, para hallar las notas hay que ir contando hoja por hoja.

5.1.2. El *Sumario NAH!*

El elemento más radical en cuanto a la frustración, en orden decreciente luego de la tapa, es la sección *Sumario NAH!*, que en el número 22 aparece como *Índice* y, si bien no está presente en todos los números, tiene una frecuencia suficiente como para considerarlo significativo[8]. Se trata de falsos índices con notas que no se desarrollarán en la revista. Al final de la página, aparece un recuadro con la leyenda *Secciones* en donde se

presentan algunas de las notas (no son estrictamente secciones en todos los casos). Este recuadro incluye al propio falso sumario llamado *Sumario de mentira*.



Figura 11

En la edición especial de los 100 años de *NAH!*, el sumario no es completamente falso; se muestran algunas notas que luego no aparecen desarrolladas en el resto del número (6 de las 10 notas reseñadas). En la base de la página se incluye la siguiente leyenda:

«Algunas notas de este índice no están en la revista porque el flaco de la imprenta se fumó uno y se olvidó 29 pliegos (La *NAH!* 100 Años original tenía 206 páginas). Sepan disculpar la incorrecta numeración de las páginas, la ausencia de algunos años importantes, y al imprentero, que no sabía que lo que estaba fumando era flor” (Extraído de la *NAH!* 100 años)

5.1.3. Las notas. Desvíos y omisiones del tema principal

Las notas manifiestan la estrategia de la frustración de dos modos: o bien se omite completamente el tema anunciado en el título, o bien se presenta como una pequeña e irrisoria anécdota que luego se desvía hacia tramas supuestamente secundarias que son, en verdad, la razón de la nota.

Los desvíos temáticos se realizan de dos formas características: a) por medio de una introducción sobredimensionada; b) por medio de desvíos graduales hacia tramas aparentemente irrelevantes. En el primer caso, el tema no se desarrolla sino que apenas se enuncia, extendiéndose a un pequeño párrafo de no más de diez líneas en los casos más extremos. La nota puede ocupar dos o tres páginas, como se aprecia en el ejemplo siguiente:[9]



En el segundo caso, el tema sí se presenta, pero gradualmente se va diluyendo hacia tramas secundarias que son las que van adquiriendo verdadero protagonismo[10].

Las omisiones, por su parte, pueden presentarse de dos maneras: a) sin aviso del carácter elusivo, b) con enunciación explícita de la omisión. En el primer caso, el tema del título simplemente se omite sin ningún tipo de explicación aparente. Por ejemplo, en el número 17 aparece el siguiente encabezado seguido de una serie de tres fotos.

Figura 12



Figura 13

Sin embargo, la nota desarrolla la historia de una señora desmayada en Parque Saavedra y la disputa entre bomberos y policías sobre a quién corresponde socorrerla, lo que parece guardar relación aparente con el contenido anticipado en el título. Al final de la nota, un policía interroga a un transeúnte sobre lo que le ha ocurrido a la señora, y el transeúnte responde que, si quiere saber más, debe comprar la *NAH!* de Mazinger; lo cual podría interpretarse como si el encabezado fuese la respuesta de lo ocurrido a la señora, o bien puede tratarse de un segundo efecto de frustración: el desconocimiento del desmayo de la señora.

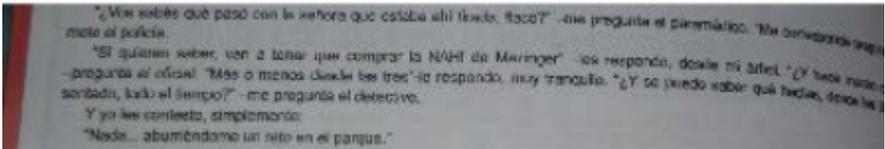


Figura 14

En el segundo caso, en cambio, el redactor comienza directamente anunciando su no intención de desarrollar el tema ‘gancho’ de la nota a favor de dar rienda suelta a sus pensamientos y reflexiones.

A continuación, ilustramos esta segunda estrategia con tres notas que pertenecen a los números 18 y 19 y al especial *Inviernah*. En los dos primeros casos se enuncia de manera desfachatada la completa ausencia de remisión entre el título prometido y el contenido desarrollado en el cuerpo de la nota; el encabezado y las imágenes ilustrativas establecen remisiones entre sí, conformando una unidad temática autónoma respecto del texto. El tercero, en cambio, va dilatando la exposición del tema principal, prometiendo en diversas Notas la inminente exposición hasta que, finalmente, no lo expone. En la última nota al pie termina reconociendo que no lo va a exponer: “Se queda dormido en el jardín de su casa y una enredadera se le mete por el ano” (número 18). La nota se presenta con este provocativo y nada sutil encabezado acompañado por una serie de fotos de carácter ilustrativo:



Figura 15

Sin embargo, desde los primeros párrafos nos encontramos con la expresa intención del autor de no desarrollar el tópico prometido. Intención que se refuerza en el final de la nota, como se podrá apreciar en el recuadro siguiente:

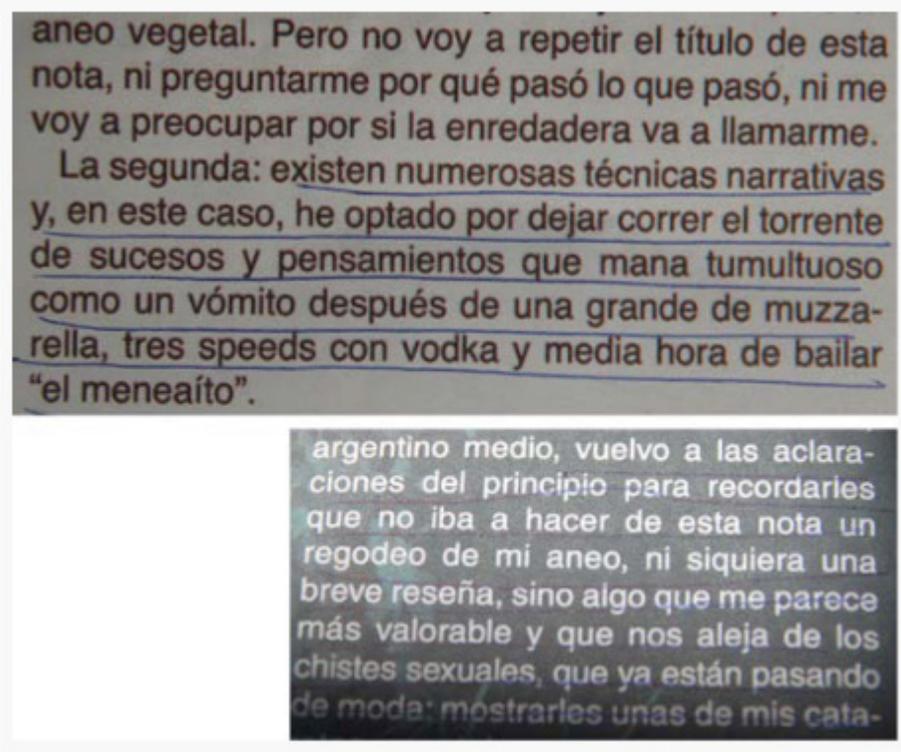


Figura 16 “Punk peluda se hace una cresta de vello púbico” (Número 19)

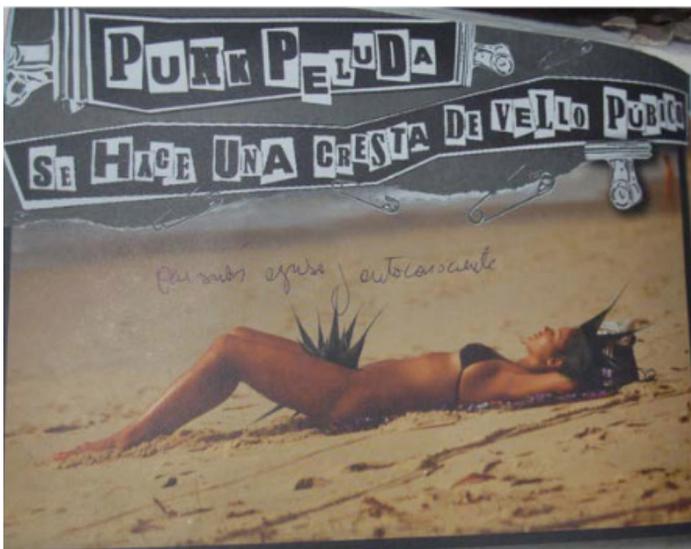


Figura 17

Inmediatamente, en el primer párrafo, aparece la siguiente aclaración:

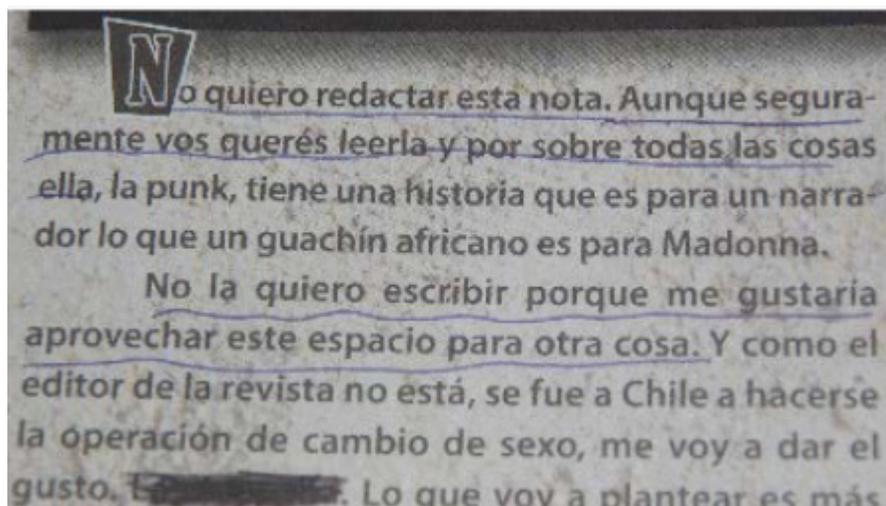


Figura 18

En el *Especial Inviernah* se lee: "Sugieren que Walt Disney se mude al Polo Norte para que pueda andar al aire libre." Sin embargo, la nota desarrolla la biografía de un tal Rober, pero en el transcurso de los párrafos aparecen cuatro Notas que van avisando que ya está por presentar el tema.

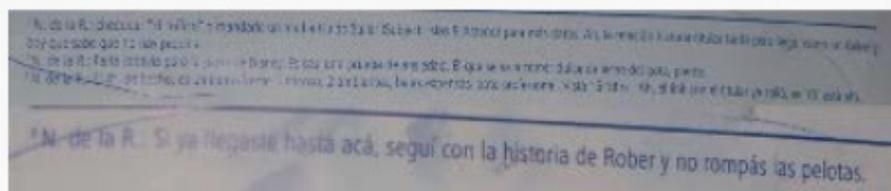


Figura 19

Otro caso de omisión explícita es el que aparece en la parodia de *Elige tu propia locura: tu nombre en clave es partuza*. Siguiendo la lógica del texto parodiado, según la cual el lector debe decidirse entre una serie de opciones ofrecidas para ir experimentando diversas historias con finales también diversos, se presentan algunas páginas con opciones que no llevan a ninguna parte, o bien la página en la cual desembocan omite explícitamente lo prometido. A continuación, veremos algunos ejemplos ilustrativos.

a) En varias páginas del libro hay una serie de opciones vinculadas a un elemento del relato que ha quedado en suspenso por desvío u omisión del narrador.

«¿Y el sobre?» (Págs. 4, 6, 16)

“¿Y el huevo” (Pág. 22)

“Un momento... ¿y el enano?” (Pág. 104)

Todas las opciones remiten a la misma página (15) que frustra de modo explícito la curiosidad del lector y que, de hecho, se presenta como uno de los desenlaces posibles del relato.

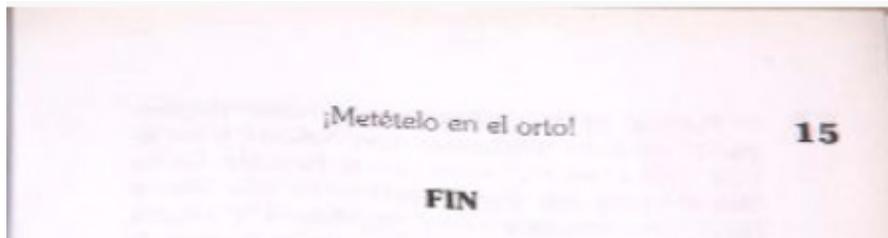


Figura 20

b) La misión que el libro propone es la organización de una megafiesta con mucho sexo, droga y rock & roll, por lo tanto cuando el lector escoge la opción conservadora corre el riesgo de ser enviado al desenlace de la página 54; y, como una inversión del anterior, en caso que el lector escoja algunas de las opciones sexualmente reprobables (tener sexo con un gato muerto, realizar la fiesta orgiástica en la misma morgue, violar a una mujer, etc.) será enviado a la página 69. Ambas posibilidades extremas son frustradas por el editor.

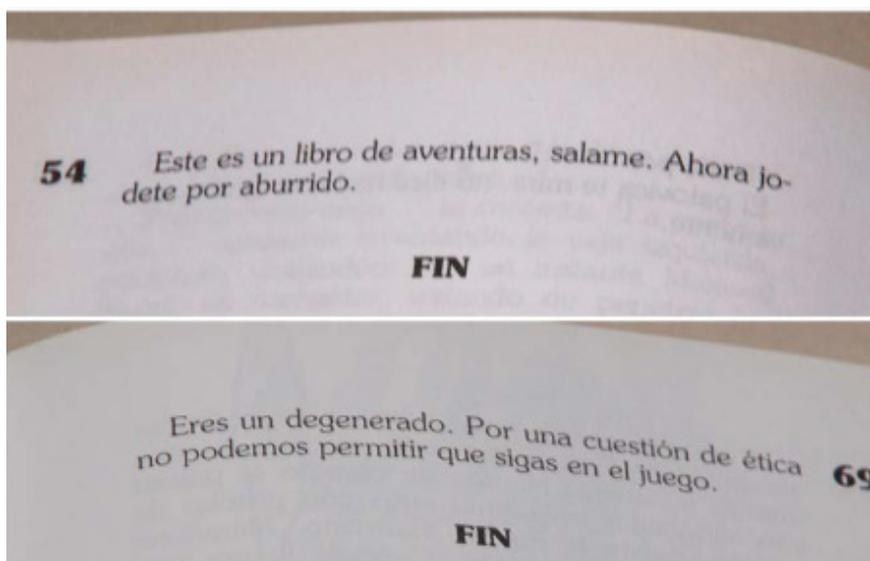


Figura 21

c) Las páginas 62, 100 y 114 presentan como opciones visitar vínculos que, en realidad, no existen en la edición digital de la revista

d) Finalmente, la página 117, entre las opciones presentadas tiene una que reenvía a la página 174, pero el libro tiene sólo 122 páginas.

5.1.4. Relación entre los componentes textuales y no textuales al interior de las notas

Además de los desvíos u omisiones entre la promesa del título y el contenido finalmente desarrollado, aparecen también una serie de elementos secundarios que refuerzan esta ausencia de remisión entre los componentes involucrados. Tal es el caso del empleo de imágenes (fotográficas o dibujadas) que se supone que funcionan a modo ilustrativo en relación a la nota como una totalidad. En varias notas de la revista es frecuente que aparezcan imágenes o comentarios *síntesis* que, en realidad, guardan poca o ninguna relación con el contenido desarrollado. Estas pueden ser muy lejanas, pero guardando, ahora, alguna relación indirecta, o no establecer ninguna - ni directa ni indirecta- con el contenido de la nota. Ejemplo del primer caso es: “Astronauta se tira un pedo y muere asfixiado por su propio gas”. Las imágenes fotográficas no guardan relación con la astronáutica, ni con la N.A.S.A o los actores involucrados, pero conserva el vínculo con el tema escatológico, que es el elemento mínimo común: personas que han padecido problemas intestinales. Las imágenes no guardan vínculo indicial con el contenido temático desarrollado (los gases o la astronáu-



Figura 22

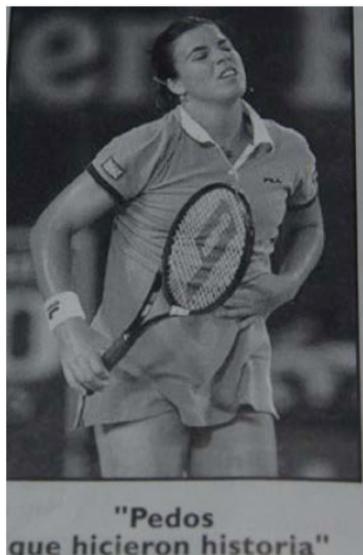


Figura 23

tica), sino que se vinculan a partir de convenciones analógico-simbólicas por asociación semántica. Es decir, son fotografías que no tienen relación alguna ni en el espacio, ni el tiempo, ni en el tema, con la nota en cuestión, pero se las integra a partir de una resignificación por relevo en relación al elemento textual “pedos que hicieron historia”. Tal es el caso de la fotografía del hombre con los fósforos prendidos, de la tenista, de la clase en la escuela y de la muchacha oriental con el sombrero expendedor de papel higiénico.



Figura 24



Figura 25

En el número 11 (*Enannah*), aparecen también comentarios síntesis que, de manera expresa, enuncian su no correspondencia con el contenido desarrollado en la nota.

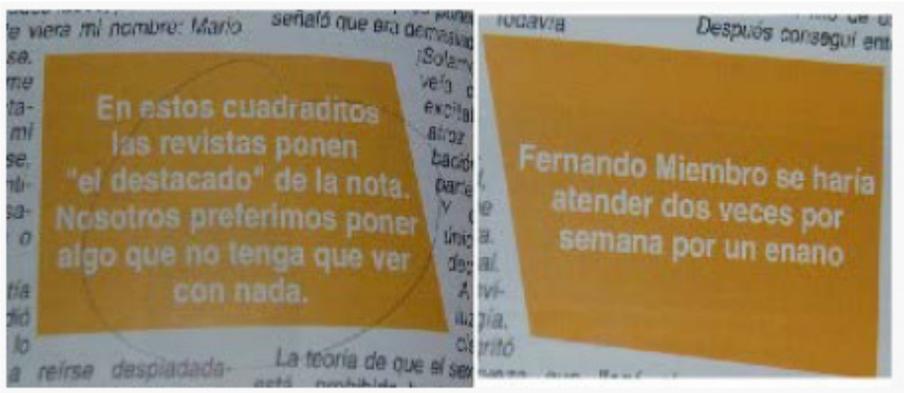


Figura 26

En el número especial, *Inviernah!*, en nota sobre la búsqueda de Bin Laden, luego del encabezado, aparecen dos fotografías, una de las cuales no tiene vínculo alguno con la nota. La fotografía misma expresa su no remisión con el contenido de la nota.



Figura 27

5.2. La frustración en los componentes formales

Finalmente, aparecen algunas estrategias de frustración vinculadas a la ausencia de regularidad en aspectos que se supone que deberían presentar un alto grado de iteración. Estos desvíos de lo esperable están asociados

ya no a los contenidos sino a los aspectos formales de la revista: formato y composición, logotipo o nombre de la revista, estructuración de las secciones, frecuencia de publicación y precio de tapa.

5.2.1. El formato y la composición

Respecto del formato y la composición, la revista ha modificado ocasionalmente su tamaño, el tipo de papel, así como suele alternar ediciones en blanco y negro, ediciones color, o ediciones mixtas. La revista surgió en blanco y negro; el número 8 (el más antiguo de los que se ha relevado) inserta en el cuerpo en blanco y negro algunas notas en color. Según el relevamiento, a partir de *Enanah* (número 11) y siguientes, las revistas se presentan íntegramente en color. Algunos números, sin embargo, incluyen notas o regiones en blanco y negro; de hecho, el número 26 (reedición del 4) está casi íntegramente en blanco y negro.

En cuanto al formato, los casos más extremos son los números 11, 18 y 28; los cambios son tan abruptos que es difícil creer que se trata del mismo producto. El número 11, *Especial de enanos*, se presenta en una edición cuyo tamaño se reduce a la mitad. Los números 18 y 28, por su parte, tienen la particularidad de presentarse como parodias de publicaciones preexistentes utilizando para ese fin la copia de sus formatos[11]. En estos casos, no sólo se sustituye el tamaño tradicional de la revista - por el formato libro en el primero, y el de tabloide en el segundo - sino que, además, se modifica el tipo de papel empleado para su impresión: del clásico papel ilustración que se venía empleando, se pasa a la hoja libro y al papel prensa[12]. A continuación, ilustramos los casos más extremos de este cambio en los formatos[13]:



Figura 28

5.2.2. El nombre o logotipo

En cuanto al nombre de portada, se editaron una serie de números especiales (*Enannah, Verannah, Inviernah, Nahvidad* y *The Nah York Times*), donde se transforma el título de la publicación aunque se conserven las tres letras del logotipo “nah”. Sin embargo, el número 13 modifica toda la composición de tapa y cambia completamente el nombre, sin conservar siquiera la partícula *nah*, desapareciendo, de ese modo, toda posible identificación de la revista desde el logotipo.



Figura 29

5.2.3. La irregularidad de la estructuración en secciones

Uno de los casos más interesante es el de la estructuración de las secciones como vehículo de la frustración en el contrato de lectura. Analizando los primeros números (a partir del 8), se puede establecer una cierta previsibilidad: las secciones más regulares de la revista son: la sección de *Inés Pequinés*, *Psicóloga de mascotas*, *Los increíbles reportajes de Jorge Natas*, *Los consejos del Dr. Birome*, y el *Sumario de mentira*. Sin embargo, estas secciones no permanecen en todos los números; de hecho, sólo dos son muy frecuentes: *Sumario de mentira* y la sección de *Inés Pequinés*; incluso, estas dos desaparecen en algunos números: de las secciones recién mencionadas, solo el sumario aparece en el número 13, y en los números 17, 19, 21, 23, 24, 25, 26, 28 y 29, el sumario desaparece. Por otra parte, se identifican como “secciones” notas ocasionales que no parecen remitir a secciones estables; en cambio, secciones muy regulares, como las de *Inés Pequinés*, *Reportajes de Jorge Natas*, no están identificadas en el sumario, aunque aparecen en la revista.

5.2.4. La organización de la lectura: rupturas y continuidades

En cuanto a la forma de estructurar el consumo de los contenidos, la revista alterna a lo largo de sus números una serie de estilos que estimulan formas de lectura sensiblemente disímiles. La mayoría de los números

impresos se presentan con una forma tradicional, según la cual los contenidos (notas) están en un orden de sucesión, que no necesariamente es respetado por el lector, quien puede realizar una operación de exploración previa para leer sólo las secciones que le interesan, o leer la revista de comienzo a fin, indistintamente. Es decir, no hay plus de sentido por realizar la lectura de un modo u otro. Se dirá que la edición de una revista, su estructuración y orden, que se asemeja a la del libro, estimula en alguna medida esa lectura escalonada. Sin embargo, los usos y costumbres de los lectores de diarios y revistas establecen que esta estrategia de lectura puede transgredirse sin mayores conflictos. De allí, la inclusión de sumarios, índices, etc.[14]

Algunos números, en cambio, motivan lecturas ordenadas específicamente para algunos contenidos sueltos (*NAH!* número 8) o para todos los contenidos en general (*NAH!* números 14 y 20). En el número 8, página 44, por ejemplo, hay un texto que promete explicar las razones por el aumento del precio de la revista; el texto remite a una página diferente, y la página siguiente a otra, etc. En los números 14 y 20, esta estrategia aparece sistemáticamente en toda la edición, articulándose todas las notas entre sí con un único eje temático que se va particularizando en cada caso.

La edición número 14 comienza con la nota editorial en la que Julio Barbeta narra haberse levantado y recibido un mensaje de los directivos de la Fox altamente enigmático: el texto dice “investiga ‘m’ stagil”. El autor del editorial propone, entonces, que todos los números de la revista están organizados en torno a este enigma: “bienvenidos a una revista que narra lo que me sucedió ese día”. Aunque no hay una indicación expresa del orden en que deba leerse la edición, al estar organizadas todas las notas en torno a este primer eslabón (todos reciben un mensaje SMS en el celular), y nucleadas alrededor de la nota principal de tapa (en la cual se nos explica que los directivos de Fox se entretienen enviando falsos SMS desde los celulares de los empleados), se termina estableciendo una especie de jerarquía en la organización del discurso, donde la primera nota enuncia el problema, las intermedias lo desarrollan, y la principal lo termina por resolver.

Además, el número presenta una serie de solapas con una historia organizada con el sistema de *Elige tu propia aventura*. Esto lleva al lector a ir de página en página, según las decisiones seleccionadas entre posibilidades preestablecidas. El número 20, en cambio, “Especial de mamushkas”, está completamente organizado con el sistema de lectura dirigida. Aquí no hay decisiones que tomar, sino que cada fin de nota remite a la página de otra. En la nota editorial, se aclara que este número debe leerse según el orden establecido. Otro ejemplo de lectura completamente dirigida es el número 18, *Elige tu propia locura 1: tu nombre en clave es partuza*.

Aquí no sólo se copia el formato sino toda la dinámica de la organización del material narrativo que se estructura a partir de una serie de decisiones que el lector debe tomar entre dos o tres opciones posibles. Como resulta evidente, esta dinámica impide que el lector consuma de modo fortuito el texto de la edición obligándolo, por el contrario, a una lectura ordenada y predeterminada de antemano.

Es interesante advertir que, en estas modificaciones de lecturas no dirigidas a lecturas mediana o totalmente dirigidas, aumentan las remisiones entre los contenidos de las notas; de allí la necesidad de establecer la lectura en ese orden y no en otro. Sin embargo, este hecho no obsta para que interpretemos estas estrategias como lo que son: rupturas de una continuidad preestablecida por el uso y las costumbres de la lectura de diarios y revistas en general.

5.2.5. Frecuencia de publicación

Es posible considerar como un rasgo de la frustración la irregularidad de la frecuencia de publicación. La revista se asume como bimensual, pero lo cierto es que tiene una frecuencia altamente irregular. En el sitio y en la versión impresa esto suele ser tema de debate con los lectores. La Dirección de la revista termina diciendo: “Seguimos buscando sorprender en cada número, eso tampoco cambió. Nunca sacamos una revista pensando en su venta, sino en que esté buenísima. Eso tampoco cambió.” (www.revistanah.com.ar , 4/5/2010. *Preguntas frecuentes*).

Si hacemos un balance de los números editados hasta el momento en función de los años que hace que existe la revista, se advertirá que en ningún caso se editan seis números anuales. En el año 2009 se editaron cinco números, pero esa cifra no se mantuvo en 2010. A continuación, presentamos un gráfico de distribución de las publicaciones entre 2001 y 2010.

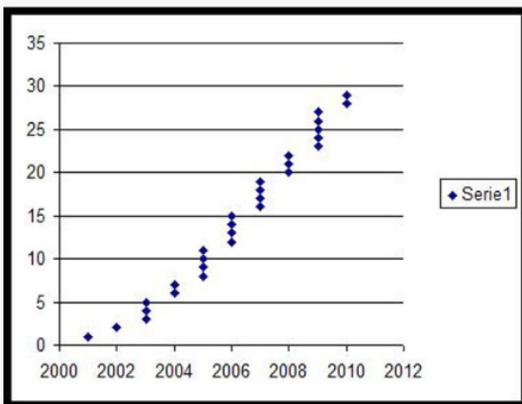


Figura 30

5.2.6. El precio de tapa

Finalmente, otro componente constitutivo de esta ruptura de lo predecible es la fluctuación relativa del precio de tapa. Si bien la revista se excusa argumentando que el aumento de precios está vinculado a la coyuntura de la inflación y el aumento de los insumos vinculados a la impresión, lo cierto es que el aumento no sólo está centrado alrededor del costo de insumos, sino de la estrategia que establece con el lector. Esto explica que haya, por un lado, una serie de aumentos graduales desde los primeros números hacia los más recientes pero, además, se alternen bajas y subas de precios que no responden de manera absoluta a los costos, sino al tipo de producto que se busca diseñar como objeto de circulación. Por ejemplo, entre el número 13 y el 19, el precio se mantuvo en \$6,90, con la única excepción del número 18 (*Elige tu propia locura*) que se ofreció a \$12. Los dos números siguientes (20 y 21) pasaron a \$8, 50; el número 23 saltó a \$15, en función de diseñarse un número especial de los 100 años de *NAH!*, los números siguientes bajaron a \$9, 90 (o aumentaron en relación a los \$8, 50, si no se considera el especial); el número 28 volvió a costar \$15, y el 29 volvió a los \$9,90. La reedición del número 18 salió a la venta en \$50 y el número 30 salió al mercado en \$12.

Como se comenzará a advertir, todo este funcionamiento de los aspectos formales, y, en un sentido amplio, toda la estrategia discursiva de la frustración, establece una relación paradójica con el lector: la de acostumbrarlo a la ruptura. El contrato de lectura que se establece entre *NAH!* y sus lectores es que no hay contrato de lectura, o que el contrato es, precisamente, que no hay contrato. Esto queda muy bien ilustrado en la respuesta que los editores brindan a una pregunta de un lector:

“Seguimos buscando sorprender en cada número, tiene sus riesgos. Uno de los cambios de *NAH!* que siempre nos marcan es el tono de las notas, o las temáticas sexuales recurrentes. Bueno, justamente, la revista arriesga y cambia de tono continuamente, la palabra “verga” puede estar 5 veces, 45 o ninguna, según qué número te toque. Nos podremos equivocar como todos, pero siempre vamos a seguir arriesgando. Si la próxima *NAH!* en vez de una revista, viene adentro de un oso de peluche y sale 55 pesos, es porque nos pintó de esa manera y porque pensamos que nuestros lectores la van a pasar espectacular cuando estén del moño y abran ese maldito oso. Y siempre trabajamos pensando en que, si pagaste los 55 pesos, ese oso de peluche los valga de alguna manera.” (www.revistanah.com.ar 4/5/2010. Preguntas frecuentes)

De hecho, en algunos casos, estos aumentos súbitos de precio pueden formar parte de la estrategia de frustración con que se organizan los contenidos y el formato de la revista, como ocurre, por ejemplo, cuando la misma se burla del lector por el precio exorbitante que ha pagado. El caso más emblemático es el de la parodia *Elige tu propia locura 1: tu nombre en clave es partuza*, cuya edición original trae en la contratapa el siguiente dibujo y texto.

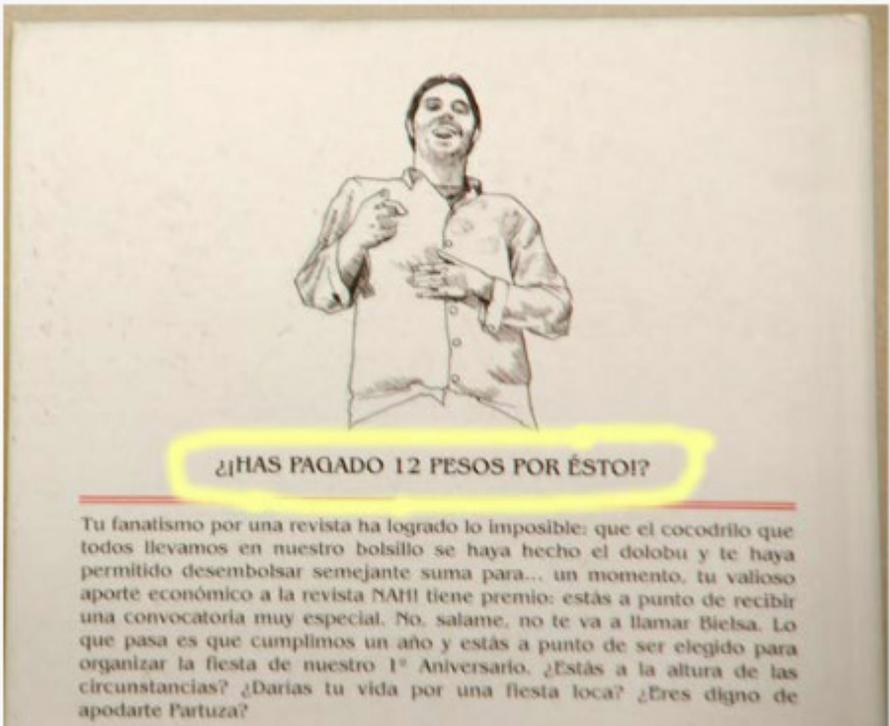


Figura 31

Aquí se advierte hasta qué punto hay conciencia por parte de la editorial de estas variaciones y discontinuidades que el lector percibe, a punto tal de burlarse del lector que sigue comprando la revista a cualquier precio. Cabe destacar que, si esta burla resulta humillante para el lector, el efecto se maximiza cuando el precio que está pagando por la *falsa reedición* es tres veces mayor.

6. Grados de remisión entre los componentes y su relación con la comicidad

La *frustración* remite a un grado muy débil de remisión entre los componentes del sistema: entre el texto y el encabezado, entre los contenidos internos y la tapa, entre los *links* y los destinos prometidos, etc. He hecho especial énfasis en esta operación por considerarla la estrategia prevalen-

te del sistema discursivo. Sin embargo, tanto la versión digital como la impresa presentan grados fuertes de remisión en su organización formal, aunque sólo la edición impresa, por lo analizado hasta el momento, hace de estos grados de remisión una estrategia cómica específica. Estos grados elevados de remisión ya aparecen en los números temáticos, *Veranah*, *Enanah*, *Inviernah*, y el número 20, “*Especial de mamushkas*”, cuya lógica implica un eje compartido entre cada uno de los textos. Sin embargo, los números 8 y 20 presentan estas remisiones elevadas en grado superlativo. En la primera, se trata de un *dossier* escrito por los lectores, según afirma la revista: es una serie de notas que van estableciendo relaciones estructurales a partir de tópicos vinculantes. Es decir, que las notas van mencionando, en cada caso, los mismos componentes, pero dando prioridad a uno u otro, según el caso.

ponerse	las había olvidado	monedas para el corrector
Fue al servicio militar en su lugar cuando murió el padre y se vio obligado a trabajar para comprar medicamentos a su madre enferma	Fue a la farmacia a comprarle los remedios para su madre enferma el día que se le había roto el auto	Un día se desol piropeándola a la ni mientras le miraba las te pero a lo lejos, por lo qu siquiera se dio cuenta.
Mihail lo traicionó por 10 millones	Mihail lo traicionó por 1 millón	Mihail lo traicionó 1000 tickets canasta.
Con ese dinero se podía	Con ese dinero se podía	Con ese dinero se podía
Comprar 5 mansiones de varias manzanas	Comprar 3 duplex,	alquilar un loft
Comprar 2 learjets	Comprar 2 planeadores	comprar una simbreta 0
Comprar 20 autos de lujo	Comprar 5 autos tuneados	Comprar un lada 600 j nunca taxi
Comprar 400 kg de Caviar beluga	Comprar 60 kilos de carne de oso	Comprar 400 paquetes polenta mágica
Comprar 2000 litros de vodka Stolichnaya	Comprar 400 litros de champagne	Comprar 600 vinos tetra
Comprar una PC potente como para abrir simultáneamente 4 archivos en la última versión de Windows	Comprar una pc lo suficientemente rápida para jugar al Counter Strike	Comprar un celular pantalla color
Le confió que estaba por cerrar negocio millonario	Le confió que estaba por cerrar un negocio bastante jugoso	Le confió –en la cola j pagar la luz- que estaba cerrar un negocio piola
No le podía dar detalles porque su vida correría peligro	No le podía contar porque quizás fuera peligroso	No le podía decir en estaba porque pensó qu daba
Gran cantidad de drogas involucradas que irían a Suiza y Francia	Gran cantidad de drogas involucradas que irían a España y Portugal	Entrega que iría a A Bonzo
3000 dosis de heroína	1500 pastillas de ketamina	150 latitas de speed
500 kilos de cocaína de máxima pureza	600 dosis de pako bastante berreta	120 tiritas de cafi aspirin
Un litro de LSD sin diluir	100 tubitos de popper	2 botellas de mos Crotta
Pemosa situación económica que lo acosaba.	Mal que iba su negocio de venta de repuestos de licuadora	Baja de las ventas en negocio de lotería
Mihail hacía sus primeras armas en la KGB	Estudiaba la posibilidad de colaborar con la KGB	Buchonearlo con la pol a cambio de algún favor
Después de una ardua investigación que implicó infiltrarse en la peligrosa mafia rusa y demandó	Después de una investigación que implicó infiltrarse en las ligas menores de la mafia de las	Después de fi indiferencia y averiguar poco que imp preguntarle al portero d

Primera exposición	Segunda exposición	Tercera exposición
Alma gemela, fiel amigo de la infancia	Compañero de colegio	Un conocido de su primo
Compartió con él recuerdos imborrables y difíciles momentos de su vida	Compartido algunas anécdotas y momentos de su vida	Alguna vez se cruzó con él en el barrio
El le regaló sus zapatillas cuando no tenía que	Le prestó las zapatillas para jugar al Papi el día que se	Una vez le cambió un billete de 5000 rublos por

Después de una ardua investigación que implicó infiltrarse en la peligrosa mafia rusa y demandó varios meses de arriesgadas tareas de inteligencia	Después de una investigación que implicó infiltrarse en las ligas menores de la mafia de las mamushkas y demandó algunos días de recabar datos y volcarlos en una planilla excel	Después de fingir indiferencia y averiguar un poco que implicó preguntarle al portero de su edificio a cambio de chismes jugosos de la loca del 4º b
La entrega se realizaría en el estadio Vodka Jrs	La entrega se realizaría en la sede de Gimnasia y tiro de Kamchatka	La entrega se realizaría en la sede de los Sacachispas de Vereva
El gran club que había conseguido 20 títulos arreglados	El club que había jugado 4 finales en los últimos 20 torneos locales	El club que había perdido todos los partidos de bochas que había disputado en el último tomo interbarrial
Contaba entre sus jugadores con los peligrosísimos delanteros brasileños Sorulho Falco, Lampião Bemelho y Edson Amante de Maconhia	Contaba entre sus figuras con algunos delanteros que si los dejaban solos de noche eran de temer	
20 carros blindados	10 patrulleros	1 patrullero que justo pasaba por ahí
20 helicópteros	6 motos	1 policía montado a caballo
600 agentes de elite	25 policías de tránsito	1 policía de civil que estaba mangueando matambore con rusa
Despliegue perfectamente coordinado	Luego de mucho esfuerzo	
Tomaron por asalto y apresaron infraganti a los 160 hombres	apresaron a 20 hombres	Apresaron A dimitri que estaba solo esperando que llegara su contacto
Sometido a una cirugía estética	Se había rapado	Se había comprado una careta de Lénin
Vive en lujoso resort en MiamiVich	Vive en un cómodo depto con vista al parque y cochera en una zona muy coqueta de Moscú	Se mudó a una pensión a unas pocas cuadras de ahí
Dimitri no sabe que pasará el resto de su vida entre rejas	Dimitri no sabe que pasará un par de décadas entre rejas	Dimitri no sabe que va a pasar la noche adentro.

Tabla 1

Lo que son detalles aparentemente insignificantes en una nota, constituyen el tema principal de la siguiente: anécdota de nota 1 se desarrolla como tema principal en nota 2, anécdota de nota 3 es tema principal de la 1, etc. Pero el caso más llamativo de remisión interna es el que se da al interior de ciertas notas, en el número 20. Se trata de notas que presentan el comienzo de un relato y, a continuación, comienzan a reiterarlo con mínimas variaciones, generalmente degenerativas, es decir, de lo más a lo menos. Cada vez que se repite la historia, va manifestándose menos grandilocuente, menos impactante, menos extraordinaria, etc. Esta estrategia aparece en todo el número y en todas las notas. Presentamos el esquema de una de ellas, la que trata el tema del tráfico de las *mamushkas*, para que pueda apreciarse la técnica del paroxismo negativo[15], o repetición con degradación creciente.

Tópicos vinculantes
Hombre invisible
Fraccionamiento del turno en los telos para eyaculadores precoces
Hincha de Quilmas que pide Isenbeck
Hombre desnudo corriendo
Cliente en locutorio curado con Norton Antivirus
Senadoras en toplless
Milanese napolitana gigante

Tabla 2

Este procedimiento se asemeja al modo compositivo de la *variación temática* por la cual, a partir de un tema base, se van modificando algunos elementos del discurso que terminan alterando la sustancia final del tema inicial. En este caso particular, la *variación* es netamente *cómica*. Esto significa que la comicidad no está anclada en los signos positivos utilizados que componen la historia, sino en el deslizamiento y variación de un relato a otro. La comicidad está en la disminución gradual del relato hasta proporciones ridículas.

7. Conclusiones provisionarias

A partir de los grados de remisión analizados, estoy en condiciones concluir - aunque sea provisoriamente- que la *frustración*, como estrategia discursiva, puede concebirse en ambos casos como formas particulares de ausencias de remisión entre componentes discursivos. La diferencia entre los soportes no está en la operación misma, sino en el grado de penetración discursiva en un caso u otro. Mientras que la versión digital manifiesta la ausencia de remisión únicamente en el nivel local de la nota, entre el vínculo y el destino, la versión impresa desarrolla estos desfases en todos los niveles posibles. Sin embargo, este carácter sistemático de la versión papel lleva a desarrollar un resultado opuesto: el fortalecimiento de remisiones entre los componentes del sistema.

Es importante destacar que la versión digital, al no ser -como la versión impresa- un proceso acumulativo de contenidos en una sucesión de tiempo continua, no permite analizar fácilmente los grados de remisión entre emisiones o actualizaciones del sistema (números en la versión impresa, actualizaciones de sitio en la versión digital). Esto no quiere decir que los usuarios no puedan relacionarse *acumulativamente* con esos contenidos, ya sea descargando materiales en sus computadoras o en otros formatos. Pero la dinámica del portal no opera discursivamente con esta operación. No obstante, el sitio web ofrece contenidos seriados (por ejemplo, Ramiro

Agujís y parodia a Lost) que sí pueden analizarse en este sentido.

Por lo analizado hasta el presente[16] se advierte que, en cuanto a las secciones que constituyen el sistema, el sitio digital es llamativamente más estructurado que la versión impresa. La versión impresa, en cambio, va modificando constantemente sus supuestas secciones regulares de manera arbitraria: en los sumarios aparecen secciones siempre o casi siempre diferentes.

7.1. Los cambios en el sitio digital a partir de octubre de 2010

Revista NAH! anunció en el portal un cambio drástico en el sitio debido, aparentemente, a una destrucción masiva de sus contenidos por culpa de un virus informático.



Figura 32

Fuere por la razón que fuere, el sitio cambió significativamente, y el nuevo diseño presenta unas diferencias muy apreciables respecto del anterior; entre las más destacables podemos mencionar: 1. presencia de notas publicadas en números anteriores; hasta el momento, han aparecido de modo regular las consultas a *Inés Pequinés, psicóloga de mascotas; Los increíbles reportajes de Jorge Natas y Los relatos del Taxista seseos*). Esporádicamente, y como caso excepcional, puede mencionarse la reedición en versión digital del *Cambiasso en el Diccionario*, publicado en el número paródico *El Tráfico*. 2. Diseño de contenidos exclusivos para el sitio online: *Cuestión de porro*, parodia del programa televisivo *Cuestión de peso*, el juego del mundial, un concurso semejante al Gran DT que prevé interacciones con los usuarios online; la revista digital *Lays Restó*; la

edición de las falsas tapas de *NAH*, y las transcripciones de las sinopsis de los canales para adultos.

La reedición de notas ya publicadas establece unas formas de remisión a la versión papel que no se hallaba en la versión digital anterior. Esto permite una relación más fluida entre ambos soportes. Finalmente, los cambios de contenido se acompañan con cambios decisivos en el formato de presentación. Aunque la estructura es semejante en lo superficial (una barra central en donde se coloca el material más importante y barras de publicidad o vínculos diversos a cada costado) los textos de la barra central no van siendo meramente actualizados y eliminados por los nuevos, como en la versión anterior, sino desplazados hacia la zona inferior, como ocurre en las intervenciones de los *twitter*. Esto permite que coexistan componentes nuevos con otros anteriores en el mismo recuadro.

7.1.1. El caso atípico del número impreso de marzo de 2011

El último número que ha salido al mercado presenta una notable singularidad respecto del sistema descrito hasta aquí; excepto la presencia del *Sumario NAH!*, se abandona la estrategia de frustración y pasa a predominar el absurdo como estrategia de comicidad. Hasta ahora, todos los números habían modificado cada uno de los componentes como el objeto de la frustración, las regularidades esperadas en cuanto al formato, a las secciones, etc. Pero, hasta ahora, todo esto estaba organizado sobre la estrategia de la frustración, que se presentaba como el único componente regular en su sistemática irregularidad en todos los otros aspectos. Este último número, en cambio, presenta la cualidad de no estructurar sus contenidos a partir de esta estrategia singular, lo cual abre una serie de interrogantes: ¿puede considerarse este caso una frustración metadiscursiva, es decir, una forma de frustrar la estrategia de frustración esperada, o se trata simplemente de un abandono por agotamiento del estilo desarrollado en los números previos?

Evidentemente, con un caso solo no se puede extraer ninguna conclusión determinante, sino apenas destacar el carácter disruptivo en relación al sistema de conjunto que significa este número. Sin embargo, no dejan de resultar significativas ciertas consideraciones que los editores hacen sobre el modo en que diseñan este extraño sistema, que podrían abonar la primera de las hipótesis. “Seguimos buscando sorprender en cada número (...) la revista arriesga y cambia de tono continuamente”(www.revistanah.com.ar el día 4/5/2010. *Preguntas frecuentes*)

7.2. Objetivos pendientes

Estos primeros análisis deben ser considerados apenas una aproximación exploratoria de las estrategias discursivas. Queda pendiente comple-

tar el análisis de los números restantes, sintetizar estas descripciones para determinar las estrategias discursivas más significativas, e incorporar el análisis de las modificaciones estructurales del sitio digital que tuvieron lugar a partir de octubre de 2010.

Notas [↑]

- [1] *Dispositivos mediáticos: los casos de las tapas de revistas en papel y en soporte digital.*
- [2] Las únicas excepciones son las series que *NAH!* parodia: *El show de Ramiro Aguij y Carilost.*
- [3] En el primer caso, se trata de una parodia al diario deportivo *El gráfico*, cuya portada refiere, paródicamente, al escándalo mediático que causó Passarella cuando exigió a los jugadores de fútbol que se cortaran el pelo. En el segundo, la portada alude a la película de ciencia ficción *X-Men 3*, a partir de presentar en la tapa al doble argentino de *Wolverine*.
- [4] Gregory Bateson define a la convergencia como el aspecto anticipable de una materia, aquello que es predecible o lo que tiende a reproducirse de manera racional. Por el contrario, la divergencia es el factor creativo y transgresor que se desvía de lo anticipado, produciendo novedad y algún nivel de caos. Todo proceso, dice Bateson, participa de ambos movimientos de convergencia y divergencia. Cfr. Bateson, Gregory; 1993.
- [5] Hay que aclarar que el sitio digital observado durante 2009 y parte de 2010 no es una versión digital de la revista, sino un sitio relativamente autónomo que presenta, sin embargo, algunas remisiones a la revista papel, sin circunscribirse a esa función.
- [6] Recordamos que el análisis del sitio digital fue realizado previamente al cambio de diseño que realizara Revista *NAH!*, entre octubre de 2009 y octubre de 2010.
- [7] Se trata de un número especial que parodia a la colección *Elige tu propia aventura*, de la editorial Atlántida, especialmente el número 6, *Tu nombre en clave es Jonás*.
- [8] Al momento de escribir este primer informe, no se han podido relevar todos los números, como ya se indicado. No obstante, de los 18 números totales analizados, la mitad presenta el *Sumario NAH*, o algunas de sus versiones posibles (falsos índices).
- [9] Casos de este tipo son la nota sobre Passarella en el número 13, la entrevista a Juan Topo en el número 14, la nota sobre el esquimal que al ver el Yeti se toca el huevo izquierdo y muere congelado, en el especial de *Inviernah*, entre muchas otras.
- [10] Casos de este tipo son las notas principales de tapa: “Encuentran preservativo usado en Marte” (número 8), “Sombrillas Violadoras en Mardel” (número 16).
- [11] Los primeros dos realizan una parodia sobre la colección *Elige tu propia aventura*, que la editorial Atlántida publicó durante la década de los '80 y '90, mientras que el último realiza una parodia del *New York Times*.
- [12] Aunque estas alteraciones sustantivas sean excepcionales, no deja de tener cierto impacto en los números futuros. Así, el lector está habituado a estar alerta a los cambios materiales del producto, y a *descubrirlos en el kiosco*.
- [13] Respecto de *Elige tu propia locura* podría objetársenos que, en verdad, al tratarse de un número especial, no pretende formar parte del resto de la serie y, por ende, no debiera ser considerado una ruptura de formato en sentido estricto, pues sólo aquellos números que forman parte de la serie *normal* pueden discontinuar el formato. Sin embargo, tenemos dos importantes razones para haberlo incluido: en primer lugar, el número especial constituye parte integrante de un subgrupo de tres números dedicados a la parodia de un objeto específico: *El Tráfico*, y *Nah York Times*. *Nah York Times* presenta una ruptura de formato, en idéntico sentido a *Elige tu propia locura*; *El Tráfico*, en cambio, conserva el formato de revista tradicional sin modificación alguna; sin embargo, los tres conforman esta unidad de estrategias paródicas. En otras palabras, el libro *NAH* no es un producto aislado, sino un elemento de un subsistema dentro del sistema. En segundo lugar, todos estos casos de parodia están numerados dentro de la serie de la revista, por lo que no son presentados como *fuera del sistema*.
- [14] Es evidente que quien coloca un índice está no sólo enumerando los componentes del sistema textual, sino habilitando, en cierta forma, la lectura fragmentaria del mismo. En todo caso, para neutralizar esa lectura desordenada el autor deberá tomar algunos recaudos vinculados generalmente con la dependencia de los capítulos entre sí. Es decir, obligar al lector a leer ordenadamente bajo pena de no comprender lo que allí se está diciendo.

[15] *Paroxismo* es el movimiento que lleva a una situación a agrandarse de manera exponencial. En el género cómico, este término se refiere a las acciones que realiza un sujeto por las cuales lo que comienza siendo más o menos sencillo se va complicando de manera tal que termina produciendo un absurdo. Este paroxismo va de lo menos a lo más, por lo tanto, podemos denominar a este movimiento inverso, *paroxismo negativo*. Cfr. Samaja, Juan y Bardi, Ingrid: 2010.

[16] El análisis realizado sobre el sitio digital fue anterior al cambio de formato que el sitio realizó en el mes de octubre de 2010.

Bibliografía [↑]

Bateson, G. (1993). *Espíritu y naturaleza*. Buenos Aires: Amorrortu.

Samaja, J. y Bardi, I. (2010). *La estructura subversiva de la comedia. Análisis de los componentes formales del género cinematográfico pre-institucional (1902-1916)*. Buenos Aires: Centro de Estudios sobre Cinematografía. Sociedad Argentina de Información.

Fuentes consultadas

Revista NAh! N° 8, 11, 13, 14,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,30. Buenos Aires, Nah! Contenidos.

www.revistanah.com.ar. Fecha de consulta: entre octubre 2009 y octubre de 2010

Juan Alfonso Samaja

(Artes-FFyL-UBA). Coordinador del Área de Investigación del Centro de Estudios sobre Cinematografía (SAI). Director de proyecto en UB, UCES y SAI. Artículos con referato (2007-2010) *La construcción imaginaria del espacio audiovisual; La función de los Universales como sustrato epistemológico de los Indicadores en la Metodología de la Investigación Científica; La función trascendental de los modelos en los dispositivos tecnológicos*. Libro: *La estructura subversiva de la comedia* (2010).

juansamaja@yahoo.com.ar

Puesta en página / puesta en pantalla. *Rolling Stone* y *Los Inrockuptibles*, entre saltos y rupturas

Lisa Di Cione //Amparo Rocha Alonso //

La revista en pantalla se presenta mediante un conjunto de procedimientos visuales (y eventualmente auditivos) de orden *simbólico, indicial y analógico*. Por un lado, la dimensión simbólico-lingüística, más todo rasgo convencionalizado del discurso -como dimensión simbólica de segundo grado-y por el otro, la analógica, correspondiente a los diversos tipos de imágenes, son tomadas a cargo por el *dispositivo pantalla*, pleno de procedimientos de interpelación, que gestionan el contacto con el lector-usuario. Este orden indicial funcionaría, a nuestro entender, como la llave de la relación comunicativa discurso-receptor. En los casos estudiados, prestaremos especial atención a la inclusión del discurso musical y audiovisual, lo que constituye una novedad respecto de la prensa gráfica, conjuntamente con la ampliación de los grados de interactividad observables en el propio discurso objeto.

Palabras clave: dispositivo, tapas, pantallas, orden indicial

On thePage / On the Screen. *Rolling Stone* and *Los Inrockuptibles* between jumps and breaks

The magazine on the screen is presented through a set of visual procedures (and eventually auditory) of a symbolic, indexical and analogical order. On the one hand, the linguistic-symbolic dimension of language, plus all the conventionalized features of speech as a symbolic dimension of second degree, and on the other hand, the analogical, corresponding to the various types of images are all taken in charge by the device screen, full of interpellation procedures, managing the contact with the reader. This indicial order would work, in our view, as the key of the communicative relation between speech-reader. In the cases studied, we will pay special attention to the inclusion of music and audiovisual speech, which constitutes a novelty for the print media, along with the expansion of the degree of interactivity in the speech itself.

Palabras clave: dispositive, magazine covers, screens, indexical order

Puesta en página / puesta en pantalla. *Rolling Stone* y *Los Inrockuptibles*, entre saltos y rupturas[1]

1. Presentación del caso

Desde mediados de los años '90, la aparición de versiones digitales de numerosas publicaciones impresas constituye un fenómeno de visibilidad en aumento. Si aceptamos la definición del concepto de *tapa* en revistas de papel como “dispositivo de comunicación autónomo” (Traversa 2009), surge la necesidad de reflexionar acerca de su alcance en el nuevo contexto de interacción que dichas publicaciones plantean a su público lector. Asimismo, a partir de la coexistencia de modalidades discursivas heterogéneas en el universo digital, cabe preguntarse, también, si es posible seguir sosteniendo la idea de un público exclusivamente (o principalmente) lector. Dicho, de otro modo, la pregunta sería qué entendemos por lectura en el contexto de las nuevas tecnologías. Para zanjar la cuestión, aunque no sin cierto recelo, utilizaremos el término *usuario*, que resume las actividades del cibernauta-lector frente al nuevo soporte digital.

En este contexto, la noción de *dispositivo* resulta central. Según Meunier (1999), los dispositivos comunicacionales estarían orientados a poner al sujeto en una particular relación con un real preexistente, pero dependiente del vínculo concreto en cada caso, puesto que es en ellos donde se imbrican mutuamente los condicionamientos materiales, simbólicos y tecnológicos, así como los sujetos, las instituciones y las prácticas significantes. Oscar Traversa nos recuerda que el dispositivo vuelca a la enunciación sobre el enunciado: en sus palabras, es aquello que permitiría “la disolución del enunciado frente a la enunciación” (Traversa 2001: 238) pues, al dar cuenta del lugar de la articulación entre técnica y sustancia, señala fundamentalmente un particular funcionamiento de la relación.

2. Las revistas seleccionadas

Las revistas *Los Inrockuptibles*[2] y *Rolling Stone*[3] (LI y RS de aquí en adelante), además de estar dedicadas a temáticas vinculadas con consumos e intereses culturales llamados juveniles[4], comparten la particularidad de constituir la versión local de sus homónimas francesa y estadounidense respectivamente. La preeminencia de lo musical –básicamente los géneros asociados al circuito del rock- y, en segundo lugar, de lo cinematográfico entre los temas abordados por estas publicaciones, resulta un factor clave y motivador de la indagación acerca de las diferentes modalidades discursivas que tienen lugar en la *puesta en pantalla* mediante, la inclusión de particulares procedimientos visuales o sonoros puestos en juego al abandonar el formato impreso en favor de la digitalización de su contenido. En el caso estudiado, la pantalla se presenta, en primera instancia, visualmente; el acceso al discurso sonoro y audiovisual, en cambio, demanda una acción concreta sobre el *mouse* de parte del usuario.

A nivel muy general, podríamos decir que entre las versiones impresas de las revistas seleccionadas y sus versiones digitales se producen notorias distancias. Si bien permanece el logo de la publicación inalterado, no es posible establecer una identidad precisa entre ambos formatos. El nombre de la publicación, el cual se mantiene en la versión digital, remite a un fenómeno discursivo radicalmente distinto al del papel. En las versiones impresas de ambas publicaciones, las remisiones al universo digital tienen lugar en diferente medida. *LI*, mantiene una organización seccional similar e inscribe el vínculo www.losinrockuptibles.com en tapa, así como en la nota editorial. Sin embargo, no incluye remisiones explícitas a la versión digital en el interior de la revista, como sí ocurre en el caso de *RS*, en la cual, inversamente, la *home* no es mencionada en la tapa ni en el editorial, pero se dedican las primeras páginas a una sección titulada “rollingstone.com.ar”, sobre contenidos exclusivos del sitio tales como los resultados de la encuesta *on line*.

La *home* de *LI* incluye una miniatura de la tapa de la revista en circulación, a través de la cual se puede acceder al sumario correspondiente. En la *home* de *RS*, la referencia a la versión impresa de la revista se ubica en un lugar mucho menos accesible - al cual se llega sólo haciendo *scroll*- y cuyo vínculo reenvía a una brevísima síntesis del contenido del número impreso del mes en curso. Este distanciamiento del formato digital respecto de la versión en papel daría cuenta de una diferenciación entre productos que repondrían la información de manera asimétrica y complementaria. Es importante señalar que *RS* cuenta con la ventaja de pertenecer al multimedia La Nación, con lo cual, el acceso a la página se da también a partir de la *home* del diario. Esto aporta lectores eventuales, atraídos por una imagen o alguna referencia verbal.[5] Asimismo, www.lanacion.com ofrece entrada directa a los blogs “Vida Pop” y “Hot Tracks”, que también encontramos en www.rollingstone.com.ar.

Por otra parte, tanto en www.losinrockuptibles.com como www.rollingstone.com.ar, si bien en diversa medida y bajo diferentes modalidades, la presencia efectiva del usuario adquiere una visibilidad inusitada. La versión digital de la revista *RS* se caracteriza por la inclusión de comentarios de los visitantes del sitio en cada una de las notas publicadas, los cuales pueden incluso ser respondidos. Asimismo, hay secciones dedicadas a organizar la lectura en función de *rankings* de los artículos más leídos y/o secciones más visitadas durante el día. Al respecto, es llamativa la indicación del momento en que fueron realizados dichos comentarios, expresada en horas/minutos/segundos. La versión digital de *LI* adopta una modalidad diferente y más vinculada a lo icónico: una sección titulada “retrato” está dedicada a la publicación de fotos personales de algunos de los visitantes y otras personalidades convocadas para tal fin.

Por último, el universo digital permite la inclusión efectiva de una materialidad sonora, sólo nombrada en el caso de las revistas de papel, más allá de constituir uno de los ejes principales en torno a los cuales se organiza el discurso escritural en estas publicaciones. El sitio www.losinrockuptibles.com, ofrece la posibilidad de hacerse *fan* del programa radial desde Facebook y acceder a los contenidos de audio de FM Touche 89.1, emitidos los martes de 20 a 22 hs. Casi al final de la página principal del sitio www.rollingstone.com.ar aparece una sección que simula gráficamente una ficha de cartón con la imagen fija de un video, cuya reproducción se hace posible tal como ocurre en Youtube. Esto ha promovido la inclusión de géneros tales como el videoclip y los programas de radio que pueden descargarse en el sitio y la aparición de nuevos géneros, tales como el *blog* con música.

RS y *LI* compiten en un universo común, pero no proponen contratos de lectura muy diferenciados. Se posicionan frente a los lectores mediante estrategias enunciativas semejantes: títulos en tercera persona levemente descontracturados y referencias a un conjunto de contenidos musicales y culturales cuya sola mención ya es rasgo de estilo y factor de inclusión o exclusión. Estas estrategias enunciativas que hacen a la competencia entre títulos y que no son, como dijimos, muy contrastantes,[6] ya no pesarían tanto en el pasaje a la revista digital, como intentaremos explicar posteriormente. Hablamos de condiciones que hacen al funcionamiento de los diversos títulos correspondientes a un mismo género P (Verón 1988): campo temático compartido y estrategias enunciativas diferenciadas, las cuales afectan a la totalidad de las materias significantes puestas en juego. En el caso que nos convoca, la complicidad del contrato de lectura (Verón 1985) se logra a pesar de la enunciación en tercera persona, sin grandes marcas de afecto u opinión. El lector es interpelado exclusivamente en relación con sus actividades como tal (comentarista o votante), lo que se evidencia más en las revistas digitales. Creemos que los temas en sí son factor de complicidad: mencionar a tal o cual músico, tal estilo de películas, etc.[7]

Por último, debemos recordar que, como productos informativos en un mercado, nuestros títulos ostentan gran cantidad de discurso publicitario, elemento que también contribuye al estilo de las publicaciones. En sus versiones gráficas, comparten al menos la mitad de las marcas publicitarias: ropa de hombre o unisex, zapatillas, recitales en estadios, productos tecnológicos, instrumentos, bebidas alcohólicas, programas de radio, todo *target* ABC1[8]. En las pantallas, la publicidad ocupa un menor espacio y explota las posibilidades que ofrece la tecnología digital: movimiento, intermitencias, superposiciones.

3. Ubicación del caso en el marco de una problemática general

Una revista en papel, un género producto (Verón 1988) se traslada, *migra* hacia un nuevo soporte y en ese traslado sufre modificaciones, incorpora posibilidades de uso y expresión a la vez que pierde otras. La migración del género revista del formato papel al formato digital supone, en la presentación del título, una puesta en pantalla equivalente a la puesta en tapa, una variante especial de la puesta en página.

Si bien sostenemos la imposibilidad de establecer paralelos estrictos entre las revistas impresas y su posicionamiento en el universo digital, la pantalla, al igual que la tapa, mantiene la condición fundamental de comportarse como una suerte de *elemento frontera*, aunque separada del resto de la información en grado diverso según los casos. En cuanto a la revista en papel, la tapa es la verdadera cara de la publicación, tratada en ambos casos con un criterio de diseño artístico. Las tapas de *RS* ostentan tradicionalmente composiciones visuales en las que algún personaje del mundo musical o cultural es trabajado de manera lúdica; en el caso de *LI*, se advierte igual cuidado visual en la gama cromática, el juego de títulos y la composición en cuanto a figura y fondo. Lo que está en el interior, si bien en parte anunciado en tapa, corresponde a un registro diferente. La *home*, en cambio, es un acceso a múltiples contenidos, de estilo más abigarrado en *RS* y más austero en *LI*. Funciona a la manera de la primera plana de los diarios, con sus remisiones a las notas del interior[9]. Una imagen en las tapas en papel, muchas y variadas en las *home*.

Teniendo en cuenta al Verón de *Esto no es un libro* (1999), entendemos que la estructura reticular hipertextual no hace sino activar concretamente y de modo más fácil y veloz la actividad ya propuesta a todo lector de papel de ir persiguiendo –metonímicamente, por contigüidad- las líneas de su interés. En este sentido, la pantalla acentuaría el carácter de “langosta” de todo usuario, una de aquellas categorías que se enunciaban a propósito de los visitantes de museos (Verón y Levasseur 1991).

En esta relación tapa/página/pantalla-usuario cobra enorme importancia el orden indicial de la significación, que se manifiesta en la organización visual de títulos, textos, imágenes e ilustraciones. Hablamos de procedimientos indiciales, icónicos y simbólicos, haciendo referencia a la reformulación de la segunda tricotomía de Peirce, como modo de explicitar las posibilidades y modalidades del sentido: la semejanza y la correspondencia, la contigüidad y el contacto, la convención, en todos sus grados y combinaciones. Esta conceptualización está ligada a la problemática del cuerpo significante, materia primera del sentido que se proyecta a materias autónomas, siempre siguiendo estas tres lógicas significantes, distintas y complementarias (Verón 1993: 140-150). Los procedimientos de interpelación, de índole indicial, gestionan el contacto con el usuario.

Las imágenes –orden icónico- están incluidas en esta propuesta visual; igualmente las palabras escritas, con la dimensión gráfica que conllevan y los deícticos del tipo “*Decí qué nota te gustó más*”.

En la tabla 1, la primera columna corresponde a algunos de los elementos propios del dispositivo pantalla que en una determinada configuración funcionan interrelativamente; la segunda, a aquellos que asumen un estatus secundario, entendiendo que todo se combina y que, en definitiva, el efecto resultante será relativo a una cantidad de variables.

Figura	Fondo
Organización gráfica	
Arriba	Abajo
Grande	Pequeño
Central	Marginal
Color	
Cromático	Escala de grises
Contraste	Gama
Dinámica	
Animaciones	Imagen fija
Sonido	
Presencia efectiva	Ausencia efectiva

Tabla 1: organización visual del dispositivo pantalla

Con respecto a lo simbólico, si bien Eliseo Verón (1993) considera exclusivamente el lenguaje verbal, nosotros lo extendemos a todo procedimiento convencionalizado que alcance a la palabra (retórica verbal: uso de tropos), la imagen (retórica visual, estilos en ilustración plástica y fotográfica, tipografía) y el diseño (estilos de autor y de época). En definitiva, toda sobreimpresión cultural que aporte significados secundarios, flotantes, de connotación (Rocha 2008).

4. El lugar del lector

Una de las cosas que más sorprende a quien se acerca a estos nuevos productos de la información digital es la posibilidad de leer comentarios de los lectores sobre las notas en tiempo casi real. Nos referimos a los foros, que a veces se independizan casi absolutamente del tema convocante para centrarse en otro de disputa o en el ejercicio puro y placentero del contacto[10]. La novedad de estos procedimientos, su ubicuidad y actualidad a veces hacen olvidar que ya la prensa gráfica en papel permitía y alentaba la exposición de sus lectores, mediante la clásica carta, los consultorios sentimentales, la exhibición de sus fotos y dibujos y hasta de sus mascotas[11]. Es decir, la nueva tecnología amplía y diversifica posibili-

dades, pero no supone un cambio radical. Sí se modifica la experiencia del tiempo, de la inmediatez, que ya fue preparada por los medios electrónicos: la conversación radial con el oyente y los informativos cada media hora en radio y TV.

Ahora bien: debemos señalar algunas distinciones entre aquellas cartas e imágenes y los comentarios de los foros digitales. Mientras que los títulos de la prensa en papel mantenían ciertas pautas de decoro en la sintaxis, en el léxico, en el tono en general, los comentarios pueden ser, y lo son a menudo, coloquiales, frescos, divertidos o abiertamente insultantes. El amparo del *nick*, el menor estatus que tuvo en sus comienzos la prensa digital —como medio sucedáneo, aún por hacerse— y la contaminación fuerte con los estilos de otros géneros originales de la *web*, como el *chat*, dieron lugar a un nuevo tipo de conversación social de tono entre privado y público. Una diferencia cualitativa, de carácter.

5. La inclusión del sonido

Al ocuparse del cambio de las gramáticas de reconocimiento de la poesía, Eliseo Verón (2001: 175-177) explica cómo la aparición del primer plano en el cine modifica las prácticas de lectura y señala que determinados desplazamientos de sentido, son siempre consecuencia de la “ruptura de escala”, que se produce solo cuando existe un contexto social que la convierte en fenómeno de reconocimiento.

La emergencia de la materialidad sonora en el universo discursivo de la crítica musical representa un fenómeno cuyas consecuencias conllevan un cambio considerable. No es lo mismo leer el comentario sobre una determinada obra sin haber tenido contacto con la misma, o bien teniendo, una posibilidad de acceso potencial, que acceder de manera inmediata al contacto con el objeto al cual refiere el artículo en cada caso. La lectura de un comentario sobre determinada pieza musical sin haberla experimentado previamente, o bien si su accesibilidad es exclusivamente potencial, parecería no tener el mismo efecto que si el objeto estético se torna materialmente accesible de manera inmediata. En un caso, el texto lingüístico sustituye al sonoro, repone una ausencia o reenvía a otro universo discursivo. En otro, el dispositivo técnico hace posible la relación entre materiales semióticos heterogéneos, dando lugar a particulares configuraciones de sentido, más aún teniendo en cuenta el tipo de interacción autor-lector que ofrece el dispositivo, tal como fue señalado anteriormente. El usuario está en condiciones de comentar inmediatamente la nota e incluso, de entablar un diálogo por *chat*, con el autor en algunos casos, así como con otros usuarios interesados en el mismo tema.

La irrupción del discurso audiovisual en la puesta en pantalla de la prensa gráfica modifica las prácticas de lectura. Si bien el desarrollo de la fonografía constituye el primer paso en la mediatización del contacto cara

a cara, hasta entonces necesario para la audición musical, la “puesta en pantalla” de las revistas de música, amplía y complejiza considerablemente la circulación de sentido respecto de lo sonoro, mediante la inclusión de aquello que no podía ser más que nombrado en el caso de las versiones impresas[12].

Tal como fuera la sospecha de Borges respecto de posibles modificaciones en nuestra experiencia de lectura, atravesada por desarrollo de la cinematografía (Verón 2001: 175-179), podríamos conjeturar que el discurso crítico acerca de lo musical quizá resulte aún más intenso[13] cuando contamos con la posibilidad de confrontarlo mediante un simple *click* con el registro audiovisual de referencia.

6. La experiencia de instantaneidad

Carlos Scolari señala la “ilusión perceptiva” (2004:64) que tiene lugar cada vez que interactuamos con las pantallas digitales. En este sentido, nuestra experiencia de la instantaneidad está mediatizada por el desarrollo de las interfaces gráficas y un nuevo concepto del diseño interactivo que se habría gestado durante la segunda mitad de la década de 1980, conjuntamente con la contraposición entre el experto programador y el usuario común, quien se limita a hacer *click* y manipular los objetos interactivos en tiempo real[14]. Si bien el mito de la transparencia oculta los complejos procesos semio-cognitivos que tienen lugar frente a las pantallas digitales, es innegable que el simulacro de naturalidad en el proceso de interacción es el responsable de propiciar la experiencia de lo inmediato a un nivel insospechado.

Insistimos en señalar la relevancia que adquiere la valoración del instante en el caso de las publicaciones *on line*. Tal como mencionamos anteriormente, las actualizaciones periódicas, así como las intervenciones de los usuarios son asociadas sistemáticamente mediante la información del horario exacto en el cual fueron realizadas, contribuyendo de ese modo a engrosar la percepción de un presente continuo que instantáneamente se convierte en pasado reciente. Paradójicamente, mediante el simulacro de transparencia en la interacción que ofrece el dispositivo, la distancia temporal se va disolviendo en la simultaneidad que encierra por la metáfora del interespacio en la *web*. [15]

7. Comentarios finales

En definitiva, salvo por la aparición de discursos musicales y audiovisuales, verdadero salto cualitativo en prensa gráfica, la pantalla potencia las prestaciones que ya ofrecía la revista en papel ampliándolos y diversificándolas. El usuario se mueve a sus anchas en la superficie digital, como hojeaba las páginas de la revista y saltaba de nota en nota o de imagen publicitaria en imagen informativa.

Podemos adelantar como hipótesis que las revistas del tipo de las aquí analizadas, mensuales y dedicadas a un campo de intereses culturales de una actualidad más “relajada”[16], proponen al menos dos tipos de consumo. Por un lado, las versiones digitales, que no coinciden punto por punto con sus originales, ofrecen un vasto repertorio de usos de lectura y audición para un usuario que posiblemente atraviese ese título para posarse en otro sitio (entendido este término tanto en su sentido común como específico) correspondiente al mismo campo de intereses. Por otro, la revista en papel se reserva para un lector que la adquiriría como fetiche u objeto material coleccionable. A la antigua lógica vertical de consumo de uno o varios títulos *frente a otros* se le suma una lógica transversal, la de la red.

Es posible pensar que Internet en general plantea nuevos modelos de usuarios, que aún sintiéndose atraídos por una propuesta enunciativa, son capaces de migrar ellos también a otras pantallas y de posarse en varias correspondientes al mismo núcleo de intereses temáticos. A la hora de pagar, eligen con más detalle, pero en la red serían capaces de visitar tanto un título como su competidor. Las determinaciones crudamente económicas: pagar-no pagar y la comodidad, que abarca tanto la de salir-no salir a comprar, como la inmediatez de acceso al contenido que otorga la posición corporal del sujeto frente a la pantalla, no deberían descuidarse a la hora de evaluar nuevos fenómenos de consumo.

Notas

[1] Este trabajo constituye una versión ampliada de la ponencia “Puesta en página / puesta en pantalla. Revistas de música: saltos y rupturas” presentada en el *VIII Congreso Nacional y III Internacional de la Asociación Argentina de Semiótica “Cartografía de investigaciones semióticas”* realizado en Posadas, Misiones entre el 6 y 8 de octubre de 2010.

[2] *Los Inrockuptibles* (ISSN 0329-718), es editada mensualmente en la Argentina por un consejo de administración presidido por Philippe Bouler a partir del año 1996. La revista constituye la edición en español del semanario francés *Les Inrockuptibles*. Algunos números incluyen un CD de audio y una separata o dossier fotográfico.

[3] *Rolling Stone* (ISSN 0329-5656) es una publicación de La Nación S.A. que se edita en nuestro país desde 1998. (Donozo, L. 2009. *Guía de Revistas de música de la Argentina (1829-2007)*. Buenos Aires: Gourmet Musical).

[4] Lo juvenil designa un tipo de cultura que nació a fines de los años cincuenta, ligada a un grupo etario, los adolescentes y jóvenes, en una época de conflictos intergeneracionales (padres e hijos, fundamentalmente). Actualmente y hace ya varias décadas se refiere a un conjunto de contenidos y modalidades que interpelan a determinado sector de la sociedad, más allá de la variable etaria: el rock, cierto cine, cierta literatura.

[5] El acceso a través del diario digital puede provocar curiosas rupturas de la isotopía estilística. Por ejemplo en “Retrato de una nueva familia argentina” *lanacion.com*, 18 de agosto de 2010 [Recuperada el 26 de febrero de 2011], se lee una historia verdaderamente atípica en relación con los valores editoriales de la publicación.

Cabe aclarar que la presentación de *lanacion.com* se hace mediante cuatro imágenes móviles, con sus correspondientes epígrafes. Esas imágenes pueden reenviar a otros sitios del multimedia, como es el caso de *RS*.

[6] Más bien habría que hablar de grados: *RS* ligada al *mainstream* musical y *LI* como ligeramente alternativa.

[7] En ese sentido, valdría la pena rever la teoría acerca del contrato de lectura, que esquema-

tiza la dicotomía contenido-enunciado versus enunciación sin dejar lugar a la complejidad de fenómenos como el que señalamos, en que la referencia a ciertos ejes temáticos es de por sí una estrategia enunciativa. Lo mismo podría aplicarse a la tematización de los derechos humanos en el diario *Página 12*, la cual implica la adhesión de cierta porción de lectores.

[8] El lector ideal que puede reconstruirse del cruce de los discursos informativo y publicitario es varón, treintañero y *cool*.

[9] A la vez, la *home* de los diarios digitales también se fue transformando con una lógica de actualización vertical-temporal: a más actualidad de la noticia, más arriba, relegando las menos actuales a la parte inferior de la pantalla (Scolari 2004).

[10] Nos referimos al predominio de la función fática (Jakobson 1960).

[11] Las revistas para niños, para adolescentes y para padres incluyen fotos y dibujos desde hace décadas. Las mascotas aparecen los jueves en la última página de *La Nación*.

[12] En coincidencia con Carlos Prieto (2011:7), consideramos que si bien la oferta de publicaciones periódicas editadas conjuntamente con material audiovisual constituye un antecedente que cuenta con una larga trayectoria, en estos casos ambos soportes son percibidos como objetos autónomos. No sucede lo mismo con la pantalla digital, en que texto, imagen y sonido se ven como partes de un todo.

[13] Aunque también podría resultar absolutamente trivial e innecesario.

[14] Según el autor "...una interacción transparente es aquella en la cual el usuario se olvida de la interfaz y se concentra en el trabajo que debe efectuar. Pero, lo repetimos una vez más, que la interacción con las máquinas digitales parezca transparente no quiere decir que lo sea." (Scolari 2004:64).

[15] Carlos Scolari (2004: 72) cita a Gianfranco Bettetini, quien denomina de ese modo al espacio simbólico donde se efectúa la interacción entre hombres y máquinas. 'Interespacio' según esta perspectiva, refiere a una superficie que permite la activación/desactivación de zonas de manera simultánea.

[16] O sea, que no se ven en la obligación de cubrir el hecho noticioso del aquí y el ahora, como los medios electrónicos y la prensa gráfica. Consideramos, sin embargo, que las versiones digitales tienen un *espesor de actualidad* (Prieto 2011:20) más cercano al del diario que al de sus originales en papel. La dinámica de la red permite y alienta la actualización permanente.

Bibliografía [↑]

Muenier, J. P. (1999) "Dispositif et théories de la communication: deux concepts en rapport de codétermination", en *Le dispositif. Entre usage et concept*, Hermès. N° 25. Paris. CNRS. s/d. (Traducción parcial de Sergio Moyinedo).

Prieto, C. (2011) "Las tapas de las revistas de papel y las páginas de inicio de las revistas on-line: sus propiedades como dispositivos y sus lugares de inserción en el tejido mediático", en este mismo volumen.

Rocha Alonso, A. (2010) "De lo indicial, lo icónico y lo simbólico en las manifestaciones del sentido", en *Revista Intersecciones en Comunicación*. N° 4. Olavarría. FACSU –UNICEN. 99-126.

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

Traversa, O. (2001) "Aproximaciones a la noción de dispositivo", en *Signo y Señal*. Revista del Instituto de Lingüística. N° 12. Buenos Aires. Facultad de Filosofía y Letras, UBA. 233-247.

Traversa, O. (2009) "Notas acerca de lo reidero en las tapas de las revistas", en *Revista Figuras*. N° 5. Agosto. Buenos Aires. IUNA.

Verón, E. (1985) "El análisis del contrato de lectura: un nuevo método para los estudios de posicionamiento en los soportes de los medios", en *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*. Paris. IREP.

_ (1988) "Prensa gráfica y teoría de los discursos sociales: producción, recepción, regulación", en *Fragments de un tejido*. Barcelona: Gedisa.

_ (1993) "El cuerpo recontrado", en *La Semiosis Social*. Barcelona: Gedisa.

_ (1999) *Esto no es un libro*. Barcelona: Gedisa.

_ (2001) *Efectos de agenda II. Espacios mentales*. Buenos Aires: Gedisa.

Verón, E. y Levasseur, M. (1991) *Ethnographie de l'exposition. L'espace, le corps et les sens*. Paris: Centre Georges Pompidou, Bibliothèque publique d'information.

Lisa Di Cione

Licenciada y Profesora de Nivel Medio y Superior en Artes, especializada en Música, por la Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires. Actualmente, cursa el Programa de Doctorado en la misma unidad académica. Docente titular de Historia de la Música Popular (Instituto Superior de Música Popular, Sadem) y Orígenes del Tango (Centro de estudios de Tango de Buenos Aires). Ha publicado artículos sobre musicología histórica y música popular urbana. Participa en proyectos de investigación sobre dispositivo, fonografía y música popular argentina contemporánea.

lisadic2@gmail.com

Amparo Rocha Alonso

Licenciada en Letras (UBA). Adjunta a cargo de Sociosemiótica (FACSO; UNICEN) y Adjunta de Semiótica de los Medios (Comunicación, UBA). Actualmente dicta materias afines a la semiótica en Artes (UBA) y en Artes Multimediales (IUNA). Ha dictado Semiología (CBC, UBA), Seminario de Música y Comunicación (Comunicación, UBA) y Semiótica de la Música (Artes Musicales y Sonoras, IUNA). Ha publicado artículos sobre música, diseño, discurso político y semiótica. Actualmente participa de proyectos de investigación sobre dispositivo, discursos ficcionales y documentales, música y políticas culturales en Brasil y Argentina.

amparorocha@hotmail.com

Estrategias de interpelación a los lectores en revistas de actualidad

María Sofía Vassallo // María Elena Bitonte //

El propósito de esta presentación es el de comparar las estrategias de interpelación a los lectores puestas en juego en las tapas de revistas de actualidad, *Noticias* y *Veintitrés*, en sus versiones en papel y digitales. Haremos foco en las transformaciones producidas en la transposición de una tapa de revista en papel al soporte digital y en las consecuencias que trae aparejado dicho pasaje sobre el contrato de lectura de cada medio. Se trata, en suma, de establecer en qué medida el cambio de dispositivo modifica las operaciones de construcción de colectivos.

Palabras clave: tapas, revistas, interpelación, enunciación, colectivos

Strategies of interpellation to the readers in actuality magazine

The purpose of this paper is to compare the strategies of interpellation to the readers in the covers of actuality magazines, *Noticias* and *Veintitrés*, in their paper and digital versions. We will emphasize on changes produced by the transposition of a magazine cover paper to the digital front page and the consequences that this brings to the reading contract of each medium. In short, we try to find out if the change of dispositive modifies the constructions of collective operations.

Palabras clave: covers, magazines, interpellation, enunciation collective.

1. Introducción

Tal como fue planteado en una investigación precedente (“El lugar de la noción de dispositivo en el contexto de las teorías semióticas”, también dirigida por Traversa y codirigido por Ornani), la idea de *dispositivo* resulta un instrumento teórico-metodológico potente en varios aspectos: a) para dar cuenta de una materia significativa integrada por elementos heterogéneos, b) para distinguir sus características técnicas, c) para abordar el vínculo entre soporte y destinatarios y d) para describir las acciones que estos últimos realizan, las que, a su vez, repercuten sobre la naturaleza del propio soporte (Cfr. Cingolani 2009 y Traversa 2009). Así, la noción de dispositivo, en tanto modo de gestión de vínculos, y la tapa entendida como dispositivo, orientan el abordaje teórico y metodológico de este trabajo.

Nuestro propósito es identificar y comparar las distintas operaciones de interpelación a los lectores de las revistas *Noticias* y *Veintitrés* en sus versiones en papel y digitales. Entendemos por interpelación el acto por el cual se apela al destinatario de un discurso. No se trata simplemente de evocarlo sino, como dice Buenfil Burgos (1991: 20), la interpelación consiste básicamente en “la operación discursiva mediante la cual se propone un modelo de identificación a los agentes sociales a los cuales se pretende invitar a constituirse en sujetos de un discurso”. La tapa de papel (portada) y la *front page* o *home* (digital) son espacios privilegiados para analizar dichas operaciones porque constituyen puntos cruciales del vínculo entre los medios y sus lectores, en los que, en gran medida, se sintetizan las dimensiones fundamentales del contrato de lectura (Verón 1985). Las tapas de papel, más claramente, son -como lo señalaron Steimberg y Traversa (1985)- el lugar “por donde el ojo llega al diario”. No necesariamente ocurre lo mismo con la *home*, pero de cualquier manera, en ambos casos se trata de espacios en los que se condensan representaciones fundamentales acerca del propio medio, sus lectores y los tipos de vínculos previstos entre ambos.

Tanto la tapa como la *home*, ponen en juego operaciones semióticas (y por ende, cognitivas) variadas y complejas, que abarcan no sólo la captación de signos sino también su poder compelente y su permanencia en la memoria. Así lo entiende Sophie Fisher, en su original abordaje de la semiótica de Peirce:

“El interpretante es el resultado de un proceso que supone la relación sujeto/signo en el que el signo aparece en tanto ‘signo para’, es decir, en tanto signo ‘a ser decodificado’ sobre la base de la variación de los signos que se diferencian por mediaciones. Estas mediaciones poseen las siguientes modalidades: Interpelación de alguien por un signo: ‘It (a signe or representamen) adresses somebody’ (frg. 228), captación o evocación de un signo por alguien, persistencia de un signo en el pensamiento” (Fisher, 1999: 52).

El *corpus* sobre el que trabajamos está formado por las tapas correspondientes a las ediciones de papel del mes de mayo y las *home page* del mismo período de *Noticias* y *Veintitrés*. Consideramos que ese mes, al cumplirse el Bicentenario de la Revolución de Mayo, constituiría un momento privilegiado de exhibición del posicionamiento de estos medios en relación a la historia argentina, la situación política actual y sus lectorados.

2. Acerca de los nombres

Tanto *Veintitrés* como *Noticias* forman parte de las revistas de actualidad que compiten con las otras del mismo género por la representación legítima de lo real, de la actualidad política, económica, cultural. A diferencia de los diarios, más atados a la inmediatez de la coyuntura, las re-

vistas de este tipo proveen criterios de interpretación acerca de los hechos difundidos más brevemente por la prensa diaria.

Más allá de las diferencias de soporte y lenguaje (papel / web), un rasgo constitutivo de la identidad del objeto es su nombre: *Veintitrés*, *Noticias*, *Gente*, *7 días*, etc. En este caso, las dos revistas analizadas comparten el mismo nombre en sus versiones en papel y digital. El nombre, además, contiene embrionariamente, características sustanciales del contrato de lectura propuesto por el medio, vinculadas a la construcción de su identidad. El título de referencia “*Noticias*” o en su forma extendida “*Noticias de la semana*” (con)funde en una sola operación (la denominación), lo que corresponde al género (noticia) con lo que hace a la estrategia enunciativa del título (noticiar), lo cual nos coloca frente al modo en que la revista regula el vínculo inter-sujetos. Vale decir que la revista se configura a partir de una voluntad de referenciar la actualidad de manera objetiva y construye un co-enunciador al que le atribuye el deseo, la intención o la necesidad de estar informado. De esto se desprende que el medio coloca a su destinatario en una relación asimétrica entre objetiva y pedagógica. Los títulos de *Noticias*, en tanto uno de los elementos fundamentales de la gestión del vínculo, concuerdan con esta estrategia, en tanto son frases asertivas. Volveremos sobre esto luego.

El *slogan* de *Noticias* es “entender cambia la vida”. Se trata de un enunciado que condensa una argumentación del orden de la deducción que es posible desplegar de la siguiente manera: “Entender cambia la vida”, *Noticias* te permite entender, *Noticias* te cambia la vida. *Este slogan presupone un lector ávido pero carente de elementos que permitan comprender la actualidad y es justamente esto lo que promete la revista*. Es decir, el medio se ubica como proveedor de herramientas intelectuales y con esto, propone una “*conversión*”: *pasar de la incomprensión al entendimiento y así, iluminar la acción sobre el mundo*.

En el caso de *Veintitrés*, el nombre originario (*Veintiuno*), en el momento en que su director, Jorge Lanata, la bautizó cuando la fundó en 1998, aludía al nuevo siglo y configuraba la identidad del medio como a la vanguardia de las transformaciones sociales, ligada directamente a la actualidad en el contexto del cambio de siglo. De hecho, el *slogan* que acompañaba al título era: “la revista del siglo que viene”. Con el tiempo, *Veintiuno* sufrió diversas transformaciones, entre las cuales se cuentan los cambios de director, de dueño y de denominación. El título de referencia de esta revista de tres sílabas y tres colores, ya no alude al inicio del nuevo siglo y parece haber un desapego con respecto al origen del nombre y a la capacidad configurante de su identidad: arbitrariamente, la denominación fluctuó en *Veintidós*, *Veintitrés* y nada hace pensar que pudiera haber una *Veinticuatro*.

3. Posicionamiento político-comunicacional de las revistas. Oficialistas y opositores

En el presente, la revista *Veintitrés* se ubica en el arco de medios afines al gobierno. En la *home*, debajo del recuadro destinado a la tapa de papel encontramos otro de Argentina.ar, portal oficial de promoción de la República Argentina (Secretaría de Medios de Comunicación de la Presidencia de la Nación). Notablemente, entre sus columnistas están Ernesto Tenenbaum y Marcelo Zlotowiazda, miembros del *staff* original del medio y, actualmente, emblemáticos periodistas del opositor grupo Clarín. Es decir, *Veintitrés* exhibe sus vínculos con el Estado y su respaldo en la información pública, mostrándose, al mismo tiempo, como un espacio múltiple y plural. Sobre esta base, la revista, en tanto actor social, busca configurar una imagen propia de amplitud ideológica y ecuanimidad.

Por contraste, *Noticias* y su versión digital, se presenta como un medio independiente y su posición es marcadamente adversa al gobierno. Forma parte del abundante conjunto de revistas pertenecientes a la familia Fontevicchia, dueña de las revistas *Caras*, *Weekend*, *Mia* y *Mia Extra*, *Descubrir*, *Supercampo*, *Semanario*, *Claro*, *Look*, *Salud Vital*, *Joker*, *Crucigramas*, *Cazador*, *Parabrisas* (en sociedad con Editorial Abril de Brasil), *El Cacerolazo* (asociado con Editorial La Urraca) y las digitales e interactivas UOL - Sinectis Argentina y UOL.com.ar.

4. Acerca de las tapas y las *home-pages*. Descripción sumaria

Las tapas de papel de *Noticias* y *Veintitrés* tienen un formato muy semejante (imagen y título central, recuadro superior e inferior, foto ángulo superior derecho).



Las tapas de la edición en papel de *Noticias* no siempre presentan figuras de actualidad sino figuraciones que remiten a ideas o problemáticas relativamente complejas para un lector inadvertido. En todo caso, siempre prevalece una articulación argumentativa entre la imagen y los títulos. Cuando se trata de fotografías de personajes, estas corresponden a lo que Verón (1985) denominó “retórica de las pasiones”, es decir, imágenes que exhiben rostros cuya expresión demuestra, por

Figura 1

analogía, que la situación descrita en el título se corresponde con la realidad. Las afecciones de los rostros puestas de relieve (desolación, odio, euforia) operan como material de prueba. Cuando se trata de una construcción, en cambio, se recurre a la digitalización de imágenes para crear composiciones a partir del uso ingenioso de colores, *inserts*, fundidos con símbolos, emblemas, transposiciones de arte, intertextualidad y otras marcas que constituyen verdaderos índices comentativos. Se convoca así, a un lector capaz no sólo de advertir estos indicios, sino también, de descifrarlos e incluso, de disfrutarlos.

Por su parte, las tapas de la revista *Veintitrés* en papel, en general, se organizan en torno a la foto de uno o varias personalidades de la actualidad nacional cuyos ojos se encuentran con los del lector, lo miran, y esta mirada en sí misma constituye una interpelación. Se trata de un enunciado en el que, en términos de Jakobson, prevalece la función fática, cuyo objetivo es establecer y restablecer la conexión indicial entre los cuerpos de papel y los de carne y hueso (cfr. noción de *contacto*, Verón 1983).

Sumado a esto, los títulos de las tapas de *Veintitrés* apelan a un horizonte de saberes y valores compartidos y señalan con precisión, ponderan y jerarquizan los temas de los que hablan. En este sentido, y en comparación con las tapas de la revista *Noticias*, las de *Veintitrés* implican un menor grado de presuposición y hay una función referencial más claramente marcada, con indicadores que permiten identificar sin dificultad al sujeto o acontecimiento en cuestión (cfr. Verón 1975).



Figura 2



Figura 3



Figura 4



Figura 5

Con todo, aunque es posible asociar algunas operaciones de la puesta en tapa de *Noticias* con las de los semanarios denominados burgueses (por ejemplo, el mayor grado de presuposición) y algunas de *Veintitrés* con las de los semanarios populares (más clara designación del acontecimiento), no se podría tan fácilmente, encuadrar a *Veintitrés* como un semanario “popular” y a *Noticias* como “burgués” ya que los lectores previstos por ambas publicaciones provienen de la clase media y la alta burguesía pero se ubican en posiciones políticas opuestas. *Veintitrés* no es un medio dirigido a la clase obrera, tampoco vende más ejemplares que *Noticias*[2], tiene secciones fijas como los semanarios burgueses y nunca un tema la invade en su totalidad como suele ocurrir con los semanarios populares (cfr. Verón 1975).

En el caso de las *home pages*, tanto en *Veintitrés* como en *Noticias*, estas habilitan diferentes modos de participación de los lectores que, considerando las amplias posibilidades del dispositivo, resultan muy restringidas. En la *home* de *Veintitrés*, todas las notas se pueden votar y, cuando uno accede al contenido de cada una, aparecen los *rankings* de las noticias más leídas y las más votadas. Hace pocos meses, el sitio de *Veintitrés* habilitaba espacios de comentarios

de los lectores en relación a cada nota. Pero se fueron cerrando progresivamente hasta quedar limitados al voto[3]. En la *home* de *Noticias* aparecen ciertos recursos que permiten la interacción, como por ejemplo, el blog del lector[4]. En esta sección se pasa de la tercera persona al voseo pero nunca

desaparece la figura jerárquica encarnada en Jorge Fontevecchia, a quien no se lo representa a partir de su rol institucional de director sino que se lo nombra como el “Fundador de la revista”, ubicándolo de manera más solemne en el lugar de la génesis del medio, de su creación, que aparece como una gesta individual. Este último espacio resulta bastante limitado, no es actualizado y sólo muestra comentarios elogiosos.

En ninguna de las dos revistas hay reproducción textual de la tapa papel en la digital. Siempre hay paráfrasis y pese a que es más abarcadora, no da cuenta de todas las secciones de la versión papel[5]. En el caso de la *home* de *Veintitrés*, las fotos que corresponden a la nota central del número muestran a los personajes retratados en sus lugares de trabajo, en acción. Notablemente, sus miradas no se encuentran con la del lector, como ocurre con las de los mismos personajes en la tapa de papel. En ambos casos, algunas de las notas no están completas en la versión digital y remiten a las revistas impresas. En este sentido, las revistas digitales dirigen el tráfico de navegación a la versión en papel[6].

La *home* de *Noticias* resulta más elaborada que la de *Veintitrés*. Cuenta, por ejemplo, con un archivo de las versiones anteriores y permite el acceso a piezas publicitarias audiovisuales de la propia revista. *Veintitrés* resulta más austera, no tiene archivo, ni sonido, ni video. Incorpora notas de números anteriores que, en algunos casos, producen un efecto redundante. Ambas revistas suelen actualizar con cierta periodicidad la información, especialmente, lo que hace a resultados de fútbol.

4.1. La *home* en la tapa y la tapa en la *home*

En la tapa de la edición de papel de la revista *Veintitrés* no aparece ninguna referencia a la versión digital de la misma. Solo en el interior, en la columna en la que se despliega el *staff* del medio, extrañamente, se menciona el viejo sitio *web* de la revista *Veintitrés* (www.veintitres.com), que ya no existe. Ahora hay una nueva página (www.elargentino.com), que comparte espacio con otras publicaciones de Sergio Szpolski: los diarios *El Argentino*, *Diagonales*, *Buenos Aires Económico* y *Miradas al Sur* (periódico semanal), *Tiempo argentino* y las revistas *Newsweek* (franquicia argentina de la norteamericana), *7 Días* y *Veintitrés*, a la que no se hace ninguna referencia en la revista de papel.

En el caso de *Noticias*, la referencia a la revista digital (www.revista-noticias.com.ar) aparece en la tapa de papel, en un lugar jerarquizado, encima del nombre.

Tanto en *Noticias* como en *Veintitrés* la forma en que la tapa del número impreso habita en la *home* corresponde a lo que Silvina Tatavitto (2010) designa como *puesta 2* (aparece en la *home* y permite el acceso parcial al contenido mediante un sumario).

5. Características de los contratos de lectura. Modalidades de la construcción del vínculo

Para desarrollar este punto, vamos a recurrir al modelo analítico de Antoine Culioli (1985) sobre las modalidades de la enunciación. Este modelo distingue cuatro tipos de modalidades enunciativas: La Modalidad 1, la *aserción* afirmativa y negativa, es la de los enunciados no marcados, asumidos por Ego pero proferidos (validados) desde lo que podría describirse como una racionalidad universal. La Modalidad 2 corresponde a lo *necesario* y lo *posible* y la Modalidad 3, *valorativa*, está centrada en la “subjetividad”. Aunque siempre en el marco de la co-enunciación, estas tres modalidades parten de Ego que asume -implícita o explícitamente- la validación de sus enunciados y desde ese punto de localización, lo hace partícipe a Alter. Esto las diferencia de la Modalidad-4, la relación *inter-sujetos*, que son “compelentes”, es decir que al ser proferidas por el enunciador abarcan en su propia enunciación al co-enunciador y lo hacen co-responsable. Vale aclarar que nunca hay un “Ego digo” sino que Ego se presenta como una puesta en relación con el “tú” que asume el enunciado como propio. Las modalidades inter-sujetos suponen una inmediatez entre enunciador y co-enunciador y es por eso que fortalecen una clase de vínculo existencial muy fuerte, de carácter indicial. Esto trae aparejadas importantes consecuencias en lo que hace a la validación de los enunciados, en la medida en que abarcan conjuntamente en su enunciación a Ego y Alter (cfr. Fisher y Verón, 1999). De este modo, la perspectiva de Culioli pone al desnudo que la validación de los enunciados no proviene, como suponía la lógica formal, de una Razón sino que implica operaciones de validación que dependen de los sujetos.

5.1. Noticias papel

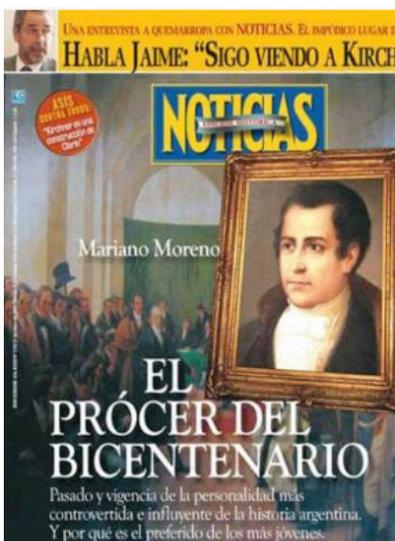


Figura 6

Examinemos una tapa de la revista *Noticias* en el formato papel. Como se adelantó en el punto 2, los títulos de la revista *Noticias* son enunciados asertivos, es decir que predicen algo que es presentado como “objetivamente” válido. Tomemos como ejemplo paradigmático, la tapa en papel correspondiente al N° del 21/5/10.

Este, como la mayoría de los títulos de tapa, está expresado en modo impersonal, con oraciones unimembres. En enunciados como este, la validación no depende explícitamente del sujeto de la enunciación sino que emana de un espacio de racionalidad ajeno que parecen

aceptar enunciador y co-enunciador. Esta clase de enunciados corresponde a lo que Antoine Culioli (1985) designó como Modalidad-1. Con todo, encontramos marcas que remiten a un sujeto de la enunciación que emite juicios valorativos (Modalidad-3). Los más notorios son los adverbios y adjetivos calificativos (“más controvertida e influyente”). Pero también es significativa la elección del artículo definido “el” en lugar del indefinido “un”, que convierte a Mariano Moreno en un ser singular. Son formas sutiles de ponderación que suelen pasar inadvertidas y se asimilan bien en el interior de un contrato pedagógico que recurre persistentemente a la explicación (en este caso introducida por la locución interrogativa “por qué”) y el recurso a la autoridad (en este caso, el historiador Felipe Pigna).

Contrastemos ahora con este otro titular de *Noticias* en papel, del 14/5/10.



Figura 7

a realizar una serie de operaciones no tan simples como podría suponerse inicialmente. Por ejemplo, la primera operación que observamos es que el enunciador indica, a través de variaciones tipográficas (tamaño, color, mayúsculas), la relevancia de las distintas rúbricas de los títulos. Otra operación que aparece en la volanta es la ponderación, cuando el enunciador evalúa como “exclusiva”, la información que ofrece y de “sucios”, los negocios con el presidente de Venezuela (Modalidad-3). Luego, en una rúbrica final en línea transversal, en mayúsculas rojas, irrumpe la primera persona: Robo para la korona[7]. ¿Quién toma a cargo esta enunciación? Evidentemente, no el enunciador. Tampoco el destinatario. La incógnita se desplaza al interior de la nota[8]. Pero hay allí un indicio: el deslizamiento de la letra inicial del nombre Kirchner a otra palabra que comienza con el mismo sonido señala al beneficiario del robo a través de una operación

El título principal, ubicado en la parte central de la página, en grandes letras negras mayúsculas, es un enunciado con sujeto expreso, mantiene la modalidad asertiva y a juzgar por el interrogativo “cómo”, genera la expectativa de que en el interior de la nota se describirán los hechos que anuncia. Con esto, el lector, parece volver a encontrarse con un vínculo pedagógico y la pretendida distancia objetiva. Sin embargo si consideramos los otros elementos de la tapa (volanta, copete, imagen) notamos que hay marcas que revelan no sólo una injerencia muy activa del enunciador sino una llamado a un co-enunciador que será invitado

metonímica[9]. No es un dato menor el hecho de que el título remite al de un libro publicado por Horacio Verbitsky en 1991, en el que pone al descubierto una serie de maniobras de corrupción perpetradas en la época de privatización de empresas en Argentina. Siendo huella de otro discurso previo, la operación intertextual que lleva a cabo la tapa de la revista produce un “efecto de reconocimiento” (Verón (1975), 2004: 106) constituye otra forma de interpelación en tanto que provoca la activación de enunciados que forman parte de cierta memoria compartida.

El análisis precedente permite dar cuenta de la complejidad de este tipo de configuraciones en las que un mismo operador (en este caso, un título) se relaciona con varias operaciones a la vez. En primer término, la volanta es un operador que despeja el dominio nocional de pertinencia del título. Luego, un flechaje hacia adelante a partir de la marca ‘cómo’ que anticipa la explicación que, se supone, vendrá dada en la nota. Por último, la rúbrica “Robo para la Korona” donde por un lado, el verbo en primera persona es un marcador cuya referencia será revelada en el cuerpo de la noticia. Y por otro lado, el enunciado en su totalidad es un operador de intertextualidad. La primera operación suspende el momento de la revelación creando una puesta en intriga. La segunda, ubica al enunciator y al co-enunciador en un mismo universo de saber, generando un vínculo de complicidad intelectual. Toda esta configuración se complementa y se plasma sobre el fondo de una imagen de tapa que merece una especial mención.

En efecto, el titular se desarrolla sobre la base de una imagen fotográfica que puede identificarse como un sobre o bolsa de papel madera marrón. La revista toda se traviste nada menos que de envoltorio de las supuestas coimas. Con esto, toma partido y en un gesto irónico, se convierte en aquello mismo que pretende denunciar. En suma, los enunciados visuales y verbales de la tapa encubren juicios valorativos que sólo pueden ser interpretados en forma intersubjetiva (co-enunciación).

De modo que, aunque la estrategia dominante (pedagógica) pone distancia, el co-enunciador se ve interpelado en la medida en que el enunciator lo invita a asumir operaciones muy complejas (realizar inferencias, responder preguntas, resolver enigmas, reponer elementos faltantes, implícitos, presuposiciones, intertextualidad, etc.) apelando a la movilización de un universo de saberes previos y apelando a su reposición por parte del co-enunciador (Modalidad-4). Este conjunto de conocimientos y valores compartidos consolida la construcción de un vínculo de complicidad cultural, política e ideológica y orienta la dirección de la lectura. El enorme poder individualizador de las operaciones descriptas reside en que interpelan, en virtud de su capacidad déictica, al co-enunciador, quien en ese mismo acto es construido como aquel a quien el enunciado le estaba dirigido “personalmente”. De ahí que estos enunciados se convierten, para

ese lector, en verdaderas invitaciones y la tapa, en una puerta de entrada para compartir el mundo del enunciador.

5.2. *Noticias* digital

Si atendemos a los elementos de la *home*, se comprueba que, desde las distintas secciones, *Noticias* enuncia desde una distancia pedagógica y moral con respecto al destinatario, de forma coherente con la versión en papel. Esto es visible, por ejemplo, en la sección “Clases Magistrales de *Noticias*” desde donde se puede ingresar a una suerte de cursos de las siguientes materias, a través de los siguientes *links*: Materia / Filosofía ¿Para qué sirven los mitos? (Luc Ferry, filósofo); Materia / Economía (Steven Levitt, catedrático de Economía en la Universidad de Chicago y Stephen Dubner, escritor y periodista). El lado oculto de las cosas; Materia / Sociología. Argentina: envilecimiento de la modernidad (Licenciado en Sociología).

De manera semejante, en la sección Información general, las distintas entradas ponen de relieve la figura de expertos destacados en el campo cultural nacional e internacional y ofrecen las claves de la interpretación del pasado, afirman cuáles son los pros y contras de los hechos históricos (Modalidad 1), los califican de correctos, urgentes, etc. (Modalidad 3), señalan la dirección que debe seguir el país (Modalidad 2): “A nuestros lectores. Potash en *Noticias*. Potash. El mayor experto estadounidense en historia y política argentina, debuta con sus columnas en *Noticias*”; “*Noticias* del bicentenario. Claves del pasado”; “La Campaña del Desierto. Pros y contras de una decisión geopolítica correcta y urgente. Por Pacho O’Donnell”; “*Noticias* del Bicentenario. Claves del futuro”; “Hacia dónde debe ir el país. Tres componentes esenciales de una nación para ser mejor. Por Roberto Lavagna”.

Comparamos ahora, el siguiente título de la versión digital de *Noticias* del 14 de Mayo de 2010, con la tapa en papel revisada anteriormente.



ROBO PARA LA KORONA

Las coimas confesadas

Los empresarios que revelan cómo se pagaban retornos en los negocios con Venezuela. El rol de Uberti y “Pepe” Rodríguez. La reunión clave en Santa Fe.

En la versión digital, la mención del presidente Chávez es elidida. Pero será repuesto visualmente en la fotografía. “Robo para la korona”, se anticipa, tomando el lugar de la volanta. El título principal se simplifica (se resume) y el copete desarrolla más clara y ampliamente lo que será el contenido de la nota, mencionando los nombres de dos

Figura 8

funcionarios del gobierno y aludiendo a una reunión. De este modo, se facilita la reposición de elementos no expresados en la tapa de papel. En el interior de la nota quedará sugerida la atribución del “robo” a algunos empresarios vinculados al gobierno. En cuanto a las imágenes, en lugar del sugerente sobre de papel madera, la foto que aparece en la cabecera de la *home* muestra a la presidenta Cristina Fernández, Hugo Chávez y Néstor Kirchner posando abrazados y riendo, lo que connota cercanía y complicidad [10]. Se advierte, así, un notorio empobrecimiento de los recursos desplegados en la tapa en papel.

En suma, mientras que la versión papel exige un trabajo de tipo *argumentativo* por parte del lector, la versión digital prefiere la sencillez, estableciendo relaciones de carácter más llano, digamos, *constativas*.

5.3. Veintitrés y el progresismo

La consistencia de la configuración identitaria del lectorado es de suma importancia ya que “de la exactitud de esta construcción imaginaria del co-enunciador (es decir, de la correspondencia entre esta imagen del destinatario, por un lado, y de los actores sociales que se colocarán en situación de lectura, por otro) depende la supervivencia del discurso mismo, del periódico”, en este caso, de la revista (Fisher y Verón 1999: 194).

¿Cuál es el colectivo de identificación al que interpela *Veintitrés* en las tapas de papel y en las *home*? Tomemos, por ejemplo, el siguiente enunciado que aparece en la tapa de papel de *Veintitrés*.



Figura 9

Este título presupone un Ego y un Alter unidos por los sentimientos encontrados de crítica y adicción a Tinelli. Por su parte, en el título de la *home* (que coincide con el de la nota en el interior de la revista) se ve la siguiente reformulación.



Figura 10

Hay claramente aquí dos voces diferentes: la que se pregunta “por qué...” y la que se debate entre el “te amo, te odio...”. La primera plantea el interrogante y promete una respuesta[11]. Este enunciador habla a

partir de una Modalidad 1, asertiva. En cambio, el “te amo, te odio, dame más” pone en escena a un yo que expresa su emotividad (Modalidad 3), exhibiendo valoraciones antitéticas sostenidas por el mismo sujeto, precisamente aquellas que generan el interrogante que el Ego que encarna la revista propone resolver. Pero además, evoca al co-enunciador, en tanto que reproduce un verso de la canción “Peperina” (escrito por Charly García y presentado por Seru Giran en 1981) y no sólo supone un destinatario que lo conoce y puede reconocer el vínculo propuesto sino que *es él mismo quien lo enuncia al reconocerlo*. Interpelación, evocación y persistencia de un signo en el pensamiento y además, el predominio de las Modalidades 3 y 4 con las correlativas operaciones de ponderación y de remisión inter-sujetos. En suma, Tinelli resulta irresistible aunque es espantoso. Eso es un hecho. La prueba, “vos” mismo lo decís: “Te amo, te odio...”.

Recurrimos a la imagen de una leva (cfr. Culioli 1970 y Verón-Fisher 1999), para tratar de dar cuenta de cómo todas estas operaciones actúan en un movimiento conjunto. Una leva es un aparato mecánico cuya función es modificar el recorrido de una trayectoria circular. Culioli recurre con frecuencia a esta imagen a fin de mostrar cómo los mecanismos de ajuste intersubjetivo se dan no de manera lineal sino como formando un bucle:

“No se trata en este caso de una involución: el esquema no es de 2 dimensiones, y a-1 inicia una espiral, luego se proyecta en a, y el ciclo vuelve a comenzar. Este modelo, de gran importancia en las lenguas naturales, permite plantear mejor ciertos problemas referentes a la ambigüedad, la ambivalencia (en el sentido psicoanalítico del término) y de una manera general, pone sin duda de manifiesto una propiedad fundamental del lenguaje” (Culioli, 1976: 23).

Así, podríamos decir que en la primera vuelta de leva está Ego que enuncia desde la aserción (Modalidad 1), arrastrando en la segunda vuelta al Alter (Modalidad 3) con sus operaciones de valorización y finalmente, en otra vuelta más quedan ambos unidos (Modalidad 4) que contiene (asume) en el colectivo “el progresismo”, todas las operaciones anteriores, como veremos enseguida.

Curiosamente, en la versión electrónica, desaparece el colectivo “nosotros los que no podemos dejar de ver a Tinelli”. ¿Una manera de poner distancia en medio de un contrato simétrico? De ningún modo. La estrategia cómplice se construye a través de un rodeo: se trata de la alusión a “el progresismo” que, como veremos, involucra al sujeto de la enunciación. Tenemos, entonces, un espacio donde está el colectivo “nosotros” y otro espacio donde está el colectivo “el progresismo” conectados a través del contradictorio sentimiento de hostilidad y fascinación hacia Tinelli. Es decir, a partir de ambas lecturas es posible ubicar a enunciador y co-enunciador dentro del progresismo, espacio en el que *Veintitrés* se sitúa a sí

misma y a sus lectores. El alcance de este colectivo se extiende al gobierno nacional, como se observa claramente en títulos como este: “La agenda K del Bicentenario: de la nueva ley de bancos al matrimonio gay, las medidas que buscan fortalecer la base social progresista del Gobierno” (13/2/2010, recuadro superior). Aquí se parte del presupuesto de que el gobierno es progresista y esto no está en discusión.

5.4. *Veintitrés* papel

El siguiente ejemplo, que corresponde a la tapa de papel de la semana previa a los festejos del Bicentenario de la Revolución de Mayo. Mientras *Noticias* muestra la coherencia del ser nacional encarnado en la “figura unánime” del prócer Mariano Moreno, *Veintitrés* expone, de entrada, la fusión de lo dispar, organizando la tapa a partir de dos mitades de rostros de jóvenes (uno masculino y otro femenino) pintados con los colores de la bandera nacional, el sol sobre la nariz de cada uno. En el medio se despliegan los titulares de la nota principal que, conjuntamente con las imágenes, apelan al colectivo de identificación “nosotros los argentinos”. En este caso, y considerando que se trata de una revista de actualidad argentina y destinada al público local, esta configuración, más que recortar y precisar, amplía hasta la máxima extensión, su alcance. La argentinidad, estampada en el rostro ejemplar recortado de la masa popular, constituye la identidad tanto del Ego (revista) como del Alter (lector). La identidad, nombrada, representada, referida, desplegada y asumida en toda su complejidad, con todo lo que tiene de ambiguo y antitético, constituye un tópico recurrente de la revista. En este número, la identidad es caracterizada por la enume-

ración de una serie de atributos dispares. La configuración de enunciador y co-enunciador se juega justamente en esa caracterización polémica.

Aparecen vinculadas aquí identidad nacional (cómo somos los argentinos) y naturaleza a través de una determinación biológica (el ADN de la Patria), que fue la estructura argumenta-



Figura 11. Cómo somos los argentinos. El ADN de la Patria. Históricos, apasionados, engreídos, prejuiciosos, cultos, trabajadores, despiadados, creativos, coquetos, sensuales, paranoicos, hipócritas, quejosos, solidarios. La radiografía más completa sobre nosotros” (20/5/2010, central)

tiva típica del discurso nacionalista que se sostenía en el cientificismo. Sin embargo, a diferencia de esta formación discursiva, *Veintitrés* rechaza la homogeneidad y la pureza que este postula y asume la diversidad como parte constitutiva de la identidad. La cuestión de la identidad, que *Veintitrés* pone en tapa, se afirma en la diferencia. Por lo demás, aunque promete “la radiografía más completa sobre nosotros”, la revista no se corre del vínculo horizontal característico de la complicidad, en la medida en que la respuesta a la pregunta acerca del ser de los argentinos, lejos de ser exhaustiva y formal, adelanta una serie variopinta de rasgos de carácter que corresponden a una descripción de sentido común. Dicha estrategia es especialmente visible en el uso de la primera persona y el nosotros inclusivo.

En esta misma línea, la referencia intertextual a canciones, clichés, máximas y dichos populares, frecuente en los títulos de las tapas de *Veintitrés*, es otro procedimiento de simetrización del vínculo, basada en la apelación a una doxa compartida por enunciador y co-enunciador. Algunos ejemplos:

a) “Éramos pocos y llegó la cienciaficción. Cómo opera el culto de Tom Cruise en la Argentina. Negocios y lavado de cabezas” (27/5/2010, ángulo inferior derecho). La metáfora resignifica la voz anónima “éramos pocos y parió la abuela”. El título implica una apreciación valorativa que sólo puede ser co-asumida por el lector, en la medida en que activa la significación no literal que le propone el refrán.

b) Las expresiones del habla coloquial o las metáforas adormecidas como “hasta el cuello”: “Macri hasta el cuello: las pruebas que lo involucran en el espionaje” (20/5/2010, margen superior), que establece una analogía entre Macri y el espionaje, un sujeto y el agua. En este caso, lo que nos interesa resaltar es que además del uso de un lenguaje corriente, es la reposición del eslabón que falta para establecer el enlace entre esos elementos de dos universos diferentes es lo que une a enunciador y co-enunciador. Ambos están unidos por el conocimiento de los elementos implícitos y pueden reponerlo. “Hasta el cuello” presupone “”. Los dos puntos son un marcador que señala una operación causal: “Macri hasta el cuello las pruebas que lo involucran en el espionaje”. El uso del determinante “las” junto a “pruebas” remite a un referente cuya existencia no se pone en duda.

Enunciados como estos no involucran solo al sujeto que enuncia. Si esto fuera así, las operaciones mencionadas corresponderían exclusivamente a la Modalidad-3, valorativa o a la Modalidad 1, asertiva. Pero nos encontramos ante Modalidades 4, en tanto que no sólo requieren de una inferencia por parte del co-enunciador sino que son “puestas en boca” del lector.

5.5. *Veintitrés* digital

La transposición de la tapa de papel de *Veintitrés* a la *home* digital pone en evidencia un proceso de síntesis, de economía de recursos, de paráfrasis, coincidiendo, al pie de la letra, los títulos de la *front page* y las fotos que los acompañan, con los del interior de la revista de papel. En la versión digital, se mantienen las estrategias propias del contrato cómplice. Las volantas suministran información que permite identificar con claridad el referente. Los títulos apelan a preconstruidos culturales, construyen vínculos intertextuales con otros géneros discursivos, lenguajes artísticos y evocan implícitos, cuyo reconocimiento supone la participación activa de un co-enunciador tipificado. En esta línea, son muy comunes en los títulos de la *home* de *Veintitrés* las apelaciones a dichos, máximas y refranes populares, voces a anónimas que pertenecen al acervo popular.



Figura 12

a) Historias de infierno grande (20/5/2010), que remite a la máxima “pueblo chico, infierno grande” elidiendo una parte que podrá ser repuesta por el lector previsto.

Muchos títulos remiten a composiciones de la música nacional del período histórico correspondiente al fin de la dictadura y a la apertura democrática.



Figura 13

b) “Dos jóvenes que recuperaron su identidad les escriben a los Noble Herrera. Carta de un nieto a otro” (6/5/2010). Alude al clásico de Chico Novarro “Carta de un león a otro”, hecho famoso, en 1983, por Juan Carlos Baglietto.

c) “Por qué marchamos”(20/5/2010). Remite a “Por qué cantamos”, de 1983, con letra de Mario Benedetti y música de Alberto Favero, publicada en un álbum titulado “Canciones del desexilio”.

RAÍCES

Por qué marchamos

PAÍS / Pueblos originarios reclaman un Estado plurinacional.

★ Votar

Figura 14

Como puede observarse, los temas musicales aludidos coinciden en el mismo período histórico, de gran relevancia para los actores que integran el colectivo “el progresismo”.

Otros títulos también refieren a conocimientos y experiencias compartidas.

d) “Grecia arde por los ajustes. Déjà-vu” (6/5/2010). *Déjà-vu* designa la experiencia de sentir que se ha vivido previamente una situación que, en verdad, es nueva. Este título convida a un co-enunciador capaz de reconocer similitudes entre la crisis griega y la argentina del 2001.

Un último caso, para mostrar cómo enunciados sumamente simples comportan formas muy sutiles de interpelación, a veces, casi imperceptibles.

e) El título se refiere a la Escuela de Policía “Juan Vucetich” y evoca uno de los ejemplos más elocuentes con los que Fisher y Verón ilustraban en su artículo “Teoría de la enunciación y discursos sociales”, la Modalidad-4 de Culioli. Se trataba, en esa ocasión, del enunciado “¡Perro malo!” (*Chien méchant!*) (Fisher y Verón, 1999: 188)[12]. Un

GRECIA ARDE POR LOS AJUSTES

Déjà-vu



★ Votar

Figura 15

INVESTIGACIÓN EXCLUSIVA

Escuela peligrosa



★ Votar (34)

PAÍS / Abusos y aprietes en la Vucetich. Cuatro profesores denuncian que algunos cadetes aprueban a pesar de que no practican tiro, tienen problemas psicológicos y escasa aptitud física. La acusación de torturas que destapó el escándalo.

Figura 16

enunciado que parecería corresponder, a primera vista, a las Modalidades 1 o 3. Sin embargo enunciados como “¡Perro malo!” o “Escuela peligrosa”, comprometen operaciones que no pueden reducirse ni a la aserción ni a la apreciación (*Ese perro es malo, esa escuela es peligrosa*) ni tampoco a la simple conminación (*No pase*). Se trata, en verdad, de una Modalidad-4 ya que, en la relación modal que pone en juego a Ego y Alter, el que enuncia y evalúa como *malo o peligroso* es el co-enunciador... “si alguno franquea la puerta”, diríamos, parafraseando a los autores citados.

6. El diálogo entre *Noticias* y *Veintitrés* a través de sus tapas

Veintitrés sale los jueves y *Noticias* los viernes y parecen dialogar entre sí: por ejemplo, el titular de *Noticias* analizado anteriormente, “Los empresarios revelan cómo se pagaban las coimas. Robo para la Korona”, aparece la semana siguiente a la que *Veintitrés* publica “Julio De Vido. El ministro de Planificación responde a todas las polémicas: los acuerdos con Venezuela, la política de subsidios, el plan de obras y la inversión pública, la tensión con los intereses concentrados, la ‘Argentina cipaya’ y el rol de Clarín: ‘Representa a sectores de poder que quieren condicionar al país’. A fondo”. Estas dos tapas se pueden leer como dos intervenciones formando parte de una secuencia dialogal polémica.

En esta misma dirección, después de los actos del bicentenario, *Veintitrés* puso a la multitud en su tapa de papel, una singular imagen de la multitud, formada de cuerpos y rostros reconocibles, que se extiende más allá del perímetro de la tapa. Tituló: “Pueblazo. La lección del bicentenario”. El sufijo “azo” inscribe esta movilización popular festiva y celebratoria en una serie de luchas obreras de gran relevancia en la historia argentina (el Cordobazo, el Rosariazo). Del otro lado, en *Noticias* las referencias a las jornadas del bicentenario quedan reducidas a los márgenes superiores de la tapa, con una pequeña foto de la multitud ubicada en el ángulo superior derecho, y a la trivialidad del *star system*: “Movilización histórica versus la estúpida guerra Cristina-Macri”, “Show del bicentenario. 60 millones, el no a Charly y el casting de CFK”. La semana después del Bicentenario *Noticias* ponía en su tapa de papel a Víctor Hugo Morales y Joaquín Morales Solá (como portavoces de dos actores sociales en pugna, el gobierno y Clarín, respectivamente). Ambos periodistas habían recibido el Premio Perfil a la Libertad de Expresión y unas cuantas páginas del número están destinadas a los Premios Perfil a la excelencia periodística. En el ángulo inferior izquierdo se anuncia: “Premios Perfil: 1300 invitados de todos los ámbitos e ideologías”. A partir de esta configuración la revista se construye como quien está en posición de juzgar y premiar a los otros, dando muestras de pluralidad e independencia. Se trata de una tapa autorreferencial y auto-reivindicatoria.

Es decir, mientras que las multitudes de los actos del Bicentenario invaden y desbordan la tapa de *Veintitrés*, *Noticias* se mira el ombligo, arrinconando la movilización popular en un lugar menor y marginal de la tapa. Por último, el *slogan* de la publicidad radial de *Veintitrés* es “una tapa y mucho para leer”, en el que alude de manera polémica a su competidora *Noticias* a partir del sobreentendido de que *Noticias* es solo una tapa ocurrente que defrauda a los lectores con el contenido de su interior, es decir, por inversión, “una tapa y poco para leer”.

Todo esto exhibe claramente que *Noticias* y *Veintitrés* polemizan entre sí, diferencias tanto en el *dictum* como en el *modus*.

7. Conclusiones

Tal como afirma Fisher: “el lugar del co-enunciador se construye, en la prensa, por la recurrencia de ciertas operaciones que se comprueban sistemáticas y que tienen además, el estatuto de una verdadera estrategia” (Fisher 1999: 198). Observando las recurrencias, hemos constatado que las revistas analizadas construyen estrategias fundadas en operaciones de interpelación bien diferenciadas.

En primer lugar, *Veintitrés* propone un contrato de lectura fundado en la complicidad, mientras que *Noticias* hace prevalecer un vínculo objetivo-pedagógico.

En *Noticias* predomina la modalidad asertiva, fundada en una racionalidad ajena, elitista, garante de la validación de sus enunciados. De modo que la Modalidad 3 se naturaliza como Modalidad 1. Para que este efecto de sentido se produzca, es necesaria otra vuelta de leva por la Modalidad 4, que envuelve a las demás.

En cambio, *Veintitrés* apela a lo común, a valores compartidos, como la argentinidad, lo popular y a cierta cultura de izquierda. La recurrencia a



Figura 17

mostrando



Figura 18

los *clichés* podría ser considerada como una mera estrategia de producción de complicidad, en la medida en que produce un horizonte de imágenes compartidas entre los interlocutores. Sin embargo, va más allá. Se trata de la apelación a preconstruidos, es decir, a enunciados que remiten a una construcción anterior, previa al discurso y no afirmada por el sujeto enunciador ni sometida a discusión, que evoca voces colectivas y anónimas que vuelven a ser enunciadas y co-enunciadas. De manera que en *Veintitrés* convergen la Modalidad 3 con la Modalidad 4 armoniosamente y fuera de toda voluntad pedagógica.

En este sentido, resulta significativo que mientras *Veintitrés* apela a un colectivo identitario que reúne a enunciador, co-enunciador y gobierno en un mismo espacio de pertenencia (el progresismo), *Noticias* se construye desde la distancia, convocando una complicidad ideológico-intelectual ceñida a su auditorio de elite, por ejemplo, colocando a Mariano Moreno, representante de la clase letrada de su época, en la tapa de la semana del bicentenario[13].

Por último, como vimos, las tapas analizadas en las versiones en papel recurren a operaciones semiótico-cognitivas que implican una relación activa entre Ego y Alter, en tanto que la *front page* de las versiones digitales aplican operaciones que alivian la decodificación, ofreciendo un mayor grado de especificación de los títulos y de las imágenes que los acompañan, obedeciendo a una función referencial, identificando los acontecimientos con más claridad. De esto resulta que se requiere del lector un menor trabajo de reposición de presupuestos e implícitos. Es que la *home* o *front page* digital solicita otro tipo de participación: que el destinatario la ejecute. Lo convoca, no ya en el sentido en que la tapa de papel lo invita a realizar inferencias, a completar presuposiciones e implícitos, sino en un sentido mucho más elemental y si se quiere, instrumental: en el sentido de que una melodía no existe si no es interpretada, de que no es separable la melodía de su ejecución.

La tapa es un dispositivo de doble cariz en tanto que, paradójicamente, encubre y muestra. La abro y la cierro. Como una puerta, descubre y clausura. La tapa de papel es el hipotexto de la tapa web, que es su transposición. La tapa como metáfora remite a aquello que cubre. La tapa tapa, atesora algo más de lo que expone y que sólo se alcanzará mediante la compra. De ahí su valor estético/cultural, su *aura*. Por el contrario, el portal o *home* es un dispositivo de acceso múltiple: se puede entrar por la puerta, la ventana, la chimenea.

En el kiosco las tapas se alinean en una distribución sintagmática (*in praesentia*)[14] mientras que en la web, la presión competitiva actúa sobre un eje paradigmático (*in absentia*). Esto explica por qué, mientras las tapas de papel ponen en juego operaciones de interpelación (de captación,

evocación y memorización) muy precisas y complejas, las *homes* requieren menor grado de presuposición, de inferencias y de apelación a conocimientos compartidos. Las tapas, se exhiben en el kiosco para seducir a *ese*, su lector, entre otros. En la *home page* se le facilita la comprensión: el lector ya está allí, no hay que capturarlo (de ahí que, en muchos casos, los títulos y las fotos de las *home* coinciden con los del interior de la revista). Se le allana el camino que siempre conduce al producto: el papel.

Notas [↑]

- [1] Una síntesis de este trabajo fue presentada en el VIII Congreso Nacional y III Internacional de la Asociación Argentina de Semiótica, “Cartografía de investigaciones semióticas”, Posadas, 6, 7 y 8 de octubre del 2010 y publicada en sus actas.
- [2] Según datos del Instituto Verificador de Circulaciones (IVC), *Noticias* vende un promedio de, aproximadamente, 55.000 ejemplares por semana y Veintitrés alrededor de 41.000.
- [3] Uno de los primeros espacios de comentarios que se cerró fue el destinado a la columna de Ernesto Tenenbaum. Asombrosamente, en momentos de agudización del conflicto que el gobierno mantiene con el grupo Clarín, los lectores comenzaron a dirigir las críticas destinadas a Tenenbaum al espacio de comentarios correspondiente a Marcelo Zlotowiazda.
- [4] En números anteriores había un *link* denominado “Buzón de denuncias” que ya no está más.
- [5] Por ejemplo, el N° del 14/5/10 Noticias titula en el acápite de su tapa en Papel: “Pueden terminar en drama pero son una clave del éxito. Dilemas y rating. Tinelli. Así planean los escándalos”. Este título no tiene correlato en la versión digital.
- [6] Al servicio de *Noticias*, UOL opera también en esta línea, capturando un flujo de lectores y direccionándolo al papel.
- [7] Aquí ‘robo’ no vale como sustantivo ya que el enunciado tiene como condición de producción otro título idéntico, de un libro de Horacio Verbitzky, donde el término no era una nominalización sino un verbo en primera persona. El libro se hacía eco de la frase atribuida a José Luis Manzano, empresario y ministro del Interior durante la gestión menemista, quien justificaba de ese modo que el producto de los actos de corrupción no eran para él sino para el presidente Menem.
- [8] La nota toma el caso de una empresa intermediaria en las exportaciones de maquinarias agrícolas a Venezuela, echando a andar la sospecha de un caso de supuesta corrupción. Los representantes de la trader Palmat, encargada de llevar adelante las transacciones, solicitaron a los interesados, un 15% del valor de facturación como “gastos de gestión”. Los empresarios consideraron que dicha “comisión” era excesiva ya que en ningún caso solían pagar más que el 3% por gastos de exportación.
- [9] El cambio de letra (imperceptible fónicamente) de /K/ por /C/ es ya una marca registrada del ex presidente Kirchner desde su campaña presidencial en 2003.
- [10] Si entramos a la nota, el epígrafe de la foto dice: “Chévere. Los K con su socio Chávez. Empresarios argentinos denuncian que pagaron peajes para exportar”.
- [11] Una breve digresión a propósito de la locución interrogativa *por qué*. En el marco de un contrato de lectura cómplice, la expresión interrogativa que encabeza la volanta no introduce una explicación –como hubiera sido el caso de Noticias– sino, antes bien, una demostración. La diferencia entre explicación y demostración es que en tanto que la primera expone los fundamentos de un fenómeno a ser clarificado, la segunda constata los datos de un fenómeno ya dado (cfr. Zamudio y Atorresi: 2000). Esto se corresponde con una operación de flechaje referencial redundante entre los títulos y los acontecimientos a los que remiten. Y es una de las operaciones típicas de los semanarios de clase popular (Verón, 1975).
- [12] Tratándose de un cartel, tiene un valor *deictico* que se deduce de la localización del enunciado en determinada situación. Tratándose de una prohibición, esta se actualiza al leerlo, en tanto que el destinatario es en ese mismo acto, interpelado.
- [13] Nótese que su figura no integra la Galería de Patriotas Latinoamericanos inaugurada por la presidenta Cristina Fernández, el 25 de mayo de 2010.
- [14] “El kiosco, si se quiere, es un artefacto de *sintaxis* pobre, gobernado por pocas reglas:

una concierne al orden temático, las registradas se agrupan según esa afinidad y de acuerdo con otra, temporal; las más recientes ocupan la “primera fila”, de mayor visibilidad y posibilidad de alcance por parte del público; de allí en adelante, todos los efectos de sentido quedan a cargo de las tapas” (Traversa, 2009).

Bibliografía ↑

- Buenfil Burgos, R.** (1991), “Análisis de discurso y educación”, Conferencia presentada en el Centro de Investigación Educativa de la Universidad de Guadalajara.
- Cingolani, G.** (2009), “Acerca de la tapa de semanario como dispositivo”, en *Figuraciones* N° 5, agosto.
- Culioli, A.** (1976) “La formalización en lingüística”, *Revista LENGUAjes* Año 2, N° 3, abril de 1976, Publicación de la Asociación Argentina de Semiótica, Ed. Nueva Visión.
- Culioli, A.** (1985) “Notes du séminaire de DEA” 1983-84, Potiers.
- Fisher, S.** (1999) “*Énonciation. Manières et territoires*”, Paris: OPHRYS.
- Fisher, S. y Verón, E.** (1999) “*Théorie de l’ énonciation et discours sociaux*” en Fisher, S. (1999) op. cit.
- Steimberg, O. y Traversa, O.** (1985), “Por donde el ojo llega al diario: el estilo de primera página” en Steimberg, O. y Traversa, O. (1997), “Estilo de época y comunicación mediática”, Buenos Aires, Ed. Atuel.
- Tatavitto, S.** (2010) “De sorpresas, circulaciones e interfases”, en Actas del VIII Congreso nacional y III Internacional de la Asociación Argentina de Semiótica, Cartografía de investigaciones semióticas, 6 al 8 de octubre de 2010, Posadas, Argentina.
- Traversa, O.** (2009) “Por qué y cómo estudiar las tapas de las revistas: el papel de la noción de dispositivo”, *Figuraciones* N° 5, agosto.
- Verón, E.** (1975) “Ideología y comunicación de masas. Sobre la constitución del discurso burgués en la prensa semanal” (en Verón, 2004).
- Verón, E.** (1983) “*Il est là, je le vois, il me parle*”, Paris, *Communications* N° 38, *Enonciation et cinéma*, trad. castellana, María Rosa del Coto, “Está ahí, lo veo, me habla”, Secretaría de Publicaciones de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, mimeo 2010.
- Verón, E.** (1985) “El análisis del contrato de lectura. Un nuevo método para los estudios del posicionamiento de los soportes de los media”, en *Les medias: Experiences, recherches actuelles, applications*” IREP, Paris.
- Verón, E.** (2004) “Fragmentos de un tejido”, Gedisa, Barcelona-Buenos Aires.
- Zamudio, B. y Atorresi, A.** (2000), “La explicación”, Buenos Aires, Eudeba.

María Sofía Vassallo

es Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Córdoba y *Magister* en Análisis del Discurso de la Universidad de Buenos Aires. Es docente e investigadora en las áreas de Semiótica y de Metodología de la Investigación del Instituto Universitario Nacional del Arte. Ha publicado artículos y ensayos de análisis de discurso político, de prácticas dialógicas en interacciones masivas y de figuraciones en la prensa gráfica. msofiavas@yahoo.com.ar

María Elena Bitonte

es Licenciada en Letras y *Magister* en Comunicación y Cultura de la UBA Es docente e investigadora de la UBA y el IUNA. Es autora del libro *Notas. Monitoreo cualitativo de la campaña 2003* y ha publicado diversos artículos, traducciones y reseñas críticas para distintas publicaciones nacionales e internacionales, en el área de la semiótica y el análisis del discurso. mariabitonte@hotmail.com

Recorridos

Comentarios acerca de la aparición de “La Presse”

Oscar Traversa

Exordio

Comentaremos en estas páginas episodios y circunstancias del surgimiento de un diario de gran relevancia del siglo XIX, lo haremos orientados por nociones desde las que, desde más de cien años después hasta nuestros días, se ha procurado desentrañar los orígenes y consecuencias de estos fenómenos. Emprendemos el trabajo pensando en la lectura de estudiantes o en quienes, por curiosidad o por exigencias de sus tareas, se ven enfrentados a los interrogantes que presenta la comunicación contemporánea. Partimos del supuesto de que este recorrido puede ayudar en algo a aclararlos.

Palabras clave: historia de los diarios, mediatización, narrativa de prensa

Exordius

We will comment on these pages episodes and circumstances about the emergence of a great importance in the 19th century newspaper. Targeted by notions that more than one hundred years later to the present day we have sought to unravel the origins and consequences of these phenomena. We undertake the job for the reading of the students or of those who, out of curiosity or requirements of their duties, are confronted with the questions posed by contemporary communication. We assume that this journey can help in something to clarify them.

Palabras clave: press history, mediatisation

Los diarios en un nuevo escenario competitivo

Los cambios que se han producido en las sociedades humanas son sin duda diversos, entre ellos los que corresponden a la comunicación revisten un interés particular dado que se constituyen, en diferente medida, en el origen o el acompañamiento indispensable de los otros. Esa actividad si bien se vale de las facultades del cuerpo que han pervivido en el proceso de hominización y que con modificaciones lo han precedido, se vale también para cumplirla de artefactos duraderos, los que han variado al paso del tiempo en materia, forma, organización y en soportes -de los líticos a los electrónicos-.

La dualidad cuerpo-artefacto es disímil en sus términos: mientras que la primera, a partir de un cierto momento, permanece estable en cuanto a sus propiedades, la segunda ha experimentado modificaciones de creciente complejidad dando lugar a modos de relación entre los agentes, asimismo de variada complejidad. La expansión de esos artefactos se ha desenvuelto de tal modo que, en el presente, se ha tornado en el componente que caracteriza de manera prevalente los agrupamientos humanos: la llamada sociedad mediática. Esta no se ha gestado de manera abrupta sino a través de un largo proceso, que fue protagonizado en un tramo decisivo por la escritura. Este recurso suma, al igual que las prácticas orales, la posibilidad de autoreferirse, lo que constituye una actividad que ya hace algo más de dos milenios ha despertado debates y valoraciones acerca de su práctica que no han cesado hasta el presente. Platón[2] o Goody[3] son buenos ejemplos que denotan su trascendencia.

El transcurso de la escritura, en cuanto a lo artefactual y la sustancia, manifiesta dos grandes modos de expansión, por un lado lo que se vincula a su alcance público, cuyo episodio decisivo corresponde al advenimiento de la imprenta y, por otro, el acercamiento a dar cuenta de los sucesos del mundo que atañen al surgimiento de los periódicos, especialmente los diarios; estos dos procesos se articulan y complementan de manera diversa según tiempo y lugar. Es bien cierto que los periódicos prescindieron de la imprenta[4] en su nacimiento pero su alcance era limitado a sectores especialmente comerciales, son los desarrollos técnicos los que propician su alcance público, componente crucial para desenvolver su particular papel en la sociedad. Es necesario señalar también que ese papel no es un fruto de corta maduración, la configuración de los diarios cercanos a los de nuestros días requiere casi un siglo y medio, a partir del primer cotidiano (Daily Curant, 1702). Acercarse a algún aspecto de los procesos de selección y ajuste de la instauración de los diarios que culmina en una “estabilización” no parece ser ocioso en este momento, en el que inevitablemente deberán recomponer su configuración pues, la presencia de Internet y su diversidad que ingurgita buena parte de sus procedimientos discursivos y suma otros, no sitúa la competencia mediática en el mismo escenario que el desplegado en relación con la radio o la televisión.

Propósito: las razones de la elección del caso “La Presse”

El propósito de estos comentarios consiste en aportar un *señalamiento de problemas* - lo que debe entenderse como una lectura orientada por ciertas nociones no empleadas con frecuencia- en el tratamiento del asunto referido al surgimiento de la “prensa moderna”. Esta última denominación ha sido adoptada para diferenciarla de otros modos de producción escrita periódica, los que no presentaban sus mismas características discursivas ni, asimismo, las propiedades de la gestión y los esquemas comerciales de las empresas que se hacían cargo de editarlos en momentos anteriores.

Especialmente, en cuanto, a una consecuencia principal: la de sus alcances públicos y los cambios de relación tanto en lo concerniente a la actividad política como para la vida cotidiana y el desenvolvimiento artístico y vínculo con las prácticas artísticas.

Para el despliegue de estos comentarios hemos elegido un caso, el de “La Presse”, un diario parisino fundado en 1836, en primer lugar en razón, de las adjudicaciones de que ha sido objeto por múltiples autores: el de precursor de la llamada prensa moderna. Si bien es difícil mostrar que efectivamente lo ha sido, creo que quienes así lo han situado tienen buenas razones para hacerlo, en tanto, como veremos reúne un conjunto de condiciones que justifican esa atribución, entre otras, la de haber sido un espacio de reflexión acerca de la necesidad de producir cambios en el universo periodístico. Lugar, por otra parte, del que no es fácil afirmar que en cuanto a precedencia absoluta de procedimientos o resultados públicos pueda afirmarse lo mismo.

La segunda razón de la elección se debe a que ha sido cuidadosamente estudiado, en particular por Thérenty y Vaillant acompañados por un grupo de colaboradores de la Universidad de Montpellier (“1836 l’an I de l’ère mediatique”, dieron lugar a un extenso estudio que subtitularon: “Análisis literario e histórico de “La Presse” de Girardin”)

Acudiremos con frecuencia a este texto que constituye un trabajo por demás singular, toma como campo de observación el primer año de existencia del diario y lo examina de manera exhaustiva, lo que habilita la observación de una serie de propiedades que solo la diacronía revela. De hecho la bibliografía en torno a “La Presse” y su fundador, Emile de Girardin, es extensa, pero a la inversa de “1836 l’an I de l’ère mediatique”, los trabajos han tomado la forma de la crónica histórica o de inflexión biográfica, a causa de la singularidad de su fundador, a ese respecto es necesario mencionar a Maurice Reclus, autor de un trabajo clásico de 1934 (*Emile de Girardin, le createur de la presse moderne*[5]) quien adoptó esa ruta, dando a conocer aspectos poco transitados, tanto del personaje como de su circunstancia.

El curioso y justificable lugar de “La Presse”

Tal cual lo señalamos “La Presse” ocupa un lugar curioso en la historia de la prensa, en particular al advenimiento de la llamada “prensa moderna”, ha experimentado en los escritos del siglo XX, un lugar prevalente como origen de los cambios en el periodismo: el lugar privilegiado sea de iniciador, o de fundador, de los procedimientos contemporáneos de ese medio. Las adjudicaciones que orientan esos juicios, al poco de examinarlas, se hace evidente que no son suficientes para justificar ese mérito, se nota enseguida que tales recursos ya habían sido adoptados de mane-

ra parcial por otros medios poco antes o a veces, de manera simultánea. Tampoco puede afirmarse que fue el periódico más exitoso como gestor de esos recursos, más allá de sus innegables conquistas a partir de su empleo.

Más aun, el examen cercano, en especial en el momento de su fundación (o en un buen tramo en sus inicios), no deja de mostrar ciertos rasgos acusados de carácter convencional de la prensa de época[6]. ¿Cómo justificar entonces esos juicios? A mi entender operaron dos grandes fenómenos a los que no puede asignársele un efecto semejante ni igualmente localizado, descontando que esos lauros fueron otorgados por autores de su mismo origen nacional. El primero corresponde a que tanto su fundador como su mujer se apartaban de poseer rasgos habituales, ambos presentaban aquellos posibles de tornarlos en personajes dignos de las páginas literarias de su época; tanto por su vida privada como por su actividad periodística, realizada en común. Carácter tempranamente reconocido por el mundo de las letras, Théophile Gautier, dos años después de la muerte de Mme. De Girardin (Delphine Gay, vizcondesa Delaunay), escribió un texto[7] (“Mme. De Girardin”), donde exaltaba sus virtudes, especialmente las de periodista, de “La Presse” por supuesto, no ajenos a un transcurso excepcional y distinto. Delphine Gay solía señalar con visión no corriente en la época, “es el acento el que convence y no la palabra”, cualidad no extraña al proyecto de su diario. En cuanto al segundo fenómeno, corresponde a la palabra de su marido, Emile de Girardin, quién a diferencia de los múltiples gestores de otros intentos más o menos similares, le cupo ser quién explicitó su carácter y de qué modo se articulaba con el mundo de su tiempo rociado no solo de precisión conceptual, sino también de ribetes trágicos. Dio muerte, en un duelo a un colega que se oponía tanto a su persona como a su proyecto.

No creo, entonces, equivocado el lugar adjudicado por tantos autores, finalmente se lo hace a partir de indicios no despreciables para reflexionar sobre el advenimiento de la “prensa moderna”, los que corresponden al modo de decir, que no se hace solo presente en rasgos propios de la superficie textual sino también en el amplio laboreo de los tránsitos semióticos (imaginarios sociales constituidos y en constitución) y en los textos políticos que dieron origen –y precedieron- al periódico y sus persecuciones en las propias páginas de “La Presse”.

Algunas características del momento

Se hace necesario entonces remitirse a un momento, buena parte de los historiadores de los medios le asignan, atentos a fenómenos no siempre unívocos, la condición fundacional a algo que se despliega un el tiempo largo y no poco contradictorio, lo que nos autoriza a considerarlo un momento mítico, como tal, posible revelador de procesos. Se trata ese momento de la década que va del treinta al cuarenta del siglo XIX[8]. ¿Qué

ocurrió en aquellos momentos, de los que nos separan más de un siglo y medio, que encuentra su continuidad o desarrollo en nuestros días? La respuesta debe articular procesos conectados aunque aun de manera poco clara, pero que de no tenerlos en cuenta se hace muy difícil comprender esas ocurrencias y su supuesta continuidad (¿y expansión?) hasta nuestros días.

Es bien conocido que en ese lapso se producen cambios en el dominio mediático de diverso orden, cumplidos estos en niveles de organización muy diferente pero, de una u otra manera, concurrentes en sus efectos finales, que se establecen como relaciones entre sistemas disjuntos y autónomos, más que como simples eslabones de una cadena presuntamente causal. Veamos.

Por una parte, en esas décadas, se notan cambios en la estructura de las empresas periodísticas a través de la modificación del modo de obtención de sus beneficios. Ya no se trata de poner en circulación a los periódicos como una mercancía en cuanto a su valor “objetual”, sea de la naturaleza que sea el supuesto servicio: simbólico, cognitivo, informativo, se plasma en un artefacto, símil libro o folleto, cuyo precio de venta incluye su costo más una ganancia para quién lo produce. Se pasa luego, con ciertas variaciones de sustancia, para dar lugar al grueso del rédito empresario, a hacerlo por medio de la locación de espacios para avisos comerciales. Se suma entonces una dimensión informativa, auto reconocida como interesada (la publicidad), por la que el anunciante paga el servicio de informar acerca de sus productos (una mercancía o servicio) al editor.

Por otra parte, los desarrollos tecnológicos[9] habilitan la posibilidad de multiplicar el número de ejemplares impresos por unidad de tiempo, con una sensible disminución de los costos de producción. Situación, esta última, que propicia un mayor alcance numérico y territorial de la prensa que se articulará, con los consiguientes beneficios, tanto para los editores de periódicos como para los anunciantes (más consumo de diarios más posibilidades de conocimiento –también de consumo- de productos y servicios).

Pero esa asociación, entre modelo empresario y tecnología de producción, no podría haber prosperado sin la existencia de una demanda que la propiciara. Nos referimos a un universo de actores sociales que se incluyeran como adquirentes en el circuito de esa nueva prensa, “la prensa de centavos”[10], la callejera, la de suscripción a precios más accesibles en algunos países, que desplazará definitivamente a la tradicional, aquella vendida de esta última manera, resultado de la operatoria del viejo modelo propio de la modesta empresa periodística.

Es precisamente el desarrollo incipiente, en la década del treinta, cuarenta y cincuenta del siglo XIX, del complejo económico social, mani-

fiesto sobre todo en las grandes capitales de Europa y no menos en Estados Unidos, lo que caracterizaría a la segunda Revolución Industrial y la consecuente planetarización del capitalismo. Sin querer forzar las coincidencias, pero tampoco olvidándolas, vale la pena señalar que la guerra del opio, en China, protagonizada por los ingleses, las guerras coloniales en el norte de África, por parte de los franceses, el bloqueo del río de la Plata en Sudamérica, en que se asociaron ambos, ingleses y franceses, son indicios de esa expansión planetaria. Esta no es ajena al otro fenómeno de expansión, el de la prensa como pieza de articulación de un escenario económico, bélico y de poder, en muchos casos, sin precedentes, un tópico caro a Harold Innis, a principios de la década del 50 del siglo XX [11] quien acentúa esas relaciones en la larga duración histórica.

Este último fenómeno se asocia con los cambios que trae consigo esa gigantesca ocupación del mundo: expansión de la actividad industrial, relocalización poblacional por las necesidades de mano de obra en las ciudades, expansión del sector administrativo y de gestión, recomposición avanza del salario obrero y de sectores medios de manera creciente; sumados estos términos dan como resultado una reconfiguración de las costumbres y, entre ellas, las de los consumos que exceden las alimentarias y de regulación térmica (comida, la administración del tiempo libre, el vestido y el incipiente ocio).

Esta nueva ecuación es la que hace necesarias otras formas de relación entre productores sea de bienes o de servicios y los usuarios, tal relación dada la polarización y creciente separación de esas instancias (unos que producen versus un universo de consumo numeroso y disperso) no puede ser menos que *mediada*, el comercio estabilizado en puntos de venta, junto a la emergencia de las grandes superficies destinadas también a ese fin, no son un síntoma menor. Ha llegado por ese mismo camino (o incrementado) en esas décadas del 30 y 40 y en delante de modo creciente, el momento de la publicidad; discursividad que hace posible regular las nuevas relaciones entre producción y consumo que afianza, en el mismo movimiento, la emergencia de una nueva modalidad empresaria de la prensa, que dará lugar a fundar su carácter industrial.

Hasta aquí nos hemos referido a las condiciones básicas de existencia de un modo de relación entre los actores sociales y los aconteceres del mundo, próximo o lejano, y de la emergencia decisiva de ciertas configuraciones discursivas sino nuevas pero que sí, dan un paso al frente, en la escena pública. Se trata de los *discursos intermediarios*, los que se hacen necesarios tanto para el consumo de jabones como para el de espectáculos y la política, su expansión no tiene límites, tapiza los muros de las ciudades con carteles, los frentes y laterales de los tranvías a caballo y, por supuesto, las páginas de los diarios que de manera tímida exhiben textos

que son bien identificados por los actores sociales y atendidos por curiosos y distintos desde momentos tempranos, más allá del papel funcional que podría adjudicárseles.

“La Presse”

Con justicia, por reunir las condiciones más notorias de la prensa moderna, le asignan a Émile de Girardin el lugar de precursor de esa actividad renovadora. En 1836 funda *La Presse* y pone en cintura a sus competidores por la rebaja del precio de venta, para el caso de la suscripción -de 80 a 40 francos- suma enorme en aquella época, alcanzable por unos pocos pero no es solo ese factor el que justifica la emergencia de la nueva fórmula.

Se suman diversos procedimientos: la reducción de editoriales, el abreviado de las crónicas, la no adhesión a facciones políticas definidas, de hacerlo se lo hace en forma recatada –en oposición a la costumbre periodística de época- la adscripción a principios morales ambiguos y también cambiantes al acaso de los sucesos. Uno de los componentes que también se incluye, para hacer posible la adhesión del público pero en especial la continuidad en el consumo, lo constituye la ficción narrativa (la entrega fragmentada de productos ficcionales, el folletín). No exclusivo ni creado por Girardin, este último recurso, pero manejado con eficacia (se ha dicho que sabía dónde “cortar”, es decir como administrar la extensión de los fragmentos narrativos). Balzac, más tarde un colaborador de Girardin en materia de folletines, fue por impericia administrativa o por efecto de las reglas de la competencia, una de las “víctimas” de “La Presse”. Su periódico “La Chronique de Paris”, sujeto a la vieja fórmula de las empresas periodística sucumbió, en el hábitat del nuevo periodismo, los requerimientos estilísticos y el precio actuaban como un factor selectivo letal en ese nuevo ámbito.

Se suma a estos componentes otro, en esa década surgen las agencias de noticias, empresas si se quiere mayoristas de información, que disponen de una red lo suficientemente amplia de corresponsales e informantes lo que les permite, de manera cotidiana y fuera del alcance de cualquier periódico, suministrar novedades tanto lejanas como próximas. En líneas generales un insumo básico de la prensa, la noticia, se torna común entre periódicos tanto para redacciones alejadas como próximas a las grandes capitales, caduca de esa manera –parcialmente al menos- la sustancia de *lo dicho* por medio del empleo del insumo común y se pone por delante *el modo de decir*. Ha llegado entonces el momento de los grandes estilos periodísticos (materia prima común y diferente tratamiento, uno de los motores de la luego llamada *agenda*).

Sin duda la trama empresaria y comercial que inaugura Girardin y *La Presse*, está sujeta a mil contingencias y el camino de su madurez llevó

muchos años y actores diversos pero lo interesante para nuestros fines, consiste en acentuar la presencia de tres fenómenos que operan de manera articulada a partir de la nueva configuración de la organización mediática.

En torno a los cambios en la prensa

El primero de los cambios postulado como trascendente corresponde a los alcances de una fórmula que alguna vez expresó, no sin dureza Girardin, que se hará, con el paso del tiempo, de un interés crucial para la circulación discursiva: «La publicidad comercial pagará por el lector. Colmará la diferencia entre el precio de coste de un ejemplar y su precio de venta deficitario. Cuanto más bajo sea ese precio de venta y más elevado el número de ejemplares que se tiren, más cara se pagará la publicidad»[12]. Afirmaciones de este tipo y su puesta en obra han despertado siempre –las despertaron ya en su época- más de una sanción moral y política, cuyas múltiples justificaciones no ofrecen siempre el mismo grado de interés. Al margen de esas discusiones sería descaminado para el análisis no reconocer el cambio que implica la observación de Girardin de la que, por otra parte, no era el inventor, ya en 1711 “The Spectator”, de Londres, ponía en obra una propuesta similar, aun que sin el carácter, si se quiere sistémico, que le asignaba Girardin.

Un recorrido a través de la colección de “La Presse”[13] no dejaría, sin embargo, de deparar ciertas sorpresas, en principio, lo magro de la presencia publicitaria, no más de un tercio o media página cuatro, la última de ellas. Por otra parte, su competidor de inmediata aparición, “Le Siecle” recorrido en las mismas fechas, se presenta con una planta gráfica y organización general que bien podría confundirse con la del otro diario, ambos adoptaron el mismo precio de suscripción y ambos –quizá con algún adelanto en “Le Siecle”- aumentan ligeramente el espacio publicitario, avanzando sobre productos inmobiliarios y disminuyendo de a ratos la superficie de publicidad farmacéutica o de colecciones de libros.

La verdadera economía industrial de la prensa aun no se encuentra bien instalada en aquel momento, tendrán que perfilarse diversas circunstancias, una de ellas, la creación de la agencia de noticias, Havas en Francia (entre otras propias de Gran Bretaña y en territorio Germánico en 1845), la que luego crea como un apéndice la “Société générale des annonces”. Se trata de una empresa privada que, en buena medida, gestiona la publicidad en vistas de un equilibrio que permita a los pequeños diarios de provincia subsistir, a pesar de su magro lectorado, el estado estimula esa creación para equilibrar el papel de los diarios nacionales. No es ajena a la creación de esa empresa el impulso que, en ese momento, se perfilaba a través del desarrollo ferroviario -que no solo aporta a los enlaces de personas y mercaderías- generando nuevos equilibrios territoriales, sino también propende al incremento industrial y sus apéndices financieros (y también

a sus crisis) manifiestos en las conmociones de 1848 y su culminación, la correspondiente a la instauración del Segundo Imperio.[14]

El salto a una ampliación de gran magnitud de los alcances de los periódicos se produce en 1863, diecisiete años después de la creación de “La Presse”, encarnado por quién se había hecho propietario, ya en un periodo de decadencia de ese medio, Moïse Millaud, como veremos la contrafigura (o su paradójal extensión) de Girardin.

Las novedades que introduce son múltiples: a. el precio: rompe con el esquema de las suscripciones y desarrolla la venta unitaria al precio de cinco centavos, la moneda más pequeña que se acuñaba en la época; b. lo que conduce al desarrollo de la venta callejera, solo practicada en la época por los pequeños periódicos de grupos políticos (con importantes ganancias para los vendedores); c. para poder enfrentar los costos disminuye el tamaño a la mitad y es de venta vespertina, lo que evita los costos del trabajo nocturno; d. elude las cargas impositivas que corresponden a los periódicos políticos evitando esos temas. Este conjunto de decisiones le permite reconfigurar su gestión económica, la que no deja de lado por supuesto a la publicidad. Pero no son menores los cambios en cuanto a la sustancia que se suman a la marginación de la referencia a la política, transitoria por otra parte.

En cuanto a esto último el número uno de le “Le Petit Journal” es una suerte de manifiesto de respuesta a Girardin desplazada en el tiempo (o una afirmación en negativo), cada sección de periódico es una puntualización adversativa de las propuestas del precursor, persiguiendo los mismos objetivos, al menos en lo que corresponde a su extensión en cuanto al universo de lectura y sus consecuentes ecos en la “industrialización de la prensa”.

El número uno, correspondiente al 31 de enero de 1863, de salida bajo el nombre del periódico, proclama: “Quotidiano, non politique”[15]. A la inversa de “La Presse” que por pluma y voz de su fundador, sostenía la acción política como componente central de sus propósitos, frente al fracaso de la violencia revolucionaria se requería no una acción espasmódica sino una “revolución permanente” –hallazgo retórico de un colaborador anónimo de ese diario, frase que prospero en el siglo XX- en la que el periodismo jugaría un papel central. El “Le Petit Journal” apela a la no sugerencia o consejos a los políticos o poderes públicos en ese campo y, mucho menos, la propuesta de cambios en el “orden social”. Se limitará a las informaciones oficiales, tanto locales como extranjeras, a referirse a la industria y la agricultura, el teatro, los libros, también la actividad de la justicia, todo esto es suficiente para llenar las páginas de un periódico de escaso tamaño, sostenía. La atención por la actualidad y la opción por un tono modesto, puesto al servicio de quienes menos tienen, tanto en

recursos pecuniarios como de integración a la cultura se presentan como una fórmula exitosa, en diciembre de 1863, pocos meses después de su creación llega a publicar 99.430 ejemplares, según el baremo que día a día publica en la cabeza de la primera página. El tono anti intelectual y la reivindicación del “buen sentido”, lo sitúan en las antípodas de Girardin.

En cuanto a la presencia publicitaria en el “Le Petit Journal” (lograda algunos años después de su fundación) no se diferenció de la presente años antes en “La Presse” y “Le Sicle”, se hace difícil pensar que fuera en ese período el recurso básico, ni para unos u otro, del sostén financiero, dado la cualidad de los productos y servicios que promocionaban, el rédito de la venta sería seguramente el ingreso mayor, tal cual ocurre en nuestros días con la llamada prensa popular. Una visión rápida de las colecciones del “Le Petit Journal”, “Le Sicle” y “Le Figaro”, por décadas, hasta las primeras del siglo XX, permiten no dejar de lado esta hipótesis, para ese periodo al menos[16].

En cuanto a los cambios en la técnica en ese periodo, los que se extienden hasta poco más allá de 1880 –momento del tímido ingreso de la fotografía- están centrados en la disminución de los costos de producción, a los efectos de lograr una menor incidencia en el precio de tapa, al mismo tiempo que una mayor velocidad de respuesta para la oferta pública. Basta revisar las colecciones de época para notar, por caso, la homogeneidad compositiva, aun la que corresponde a momentos anteriores (véase el primer período de “Le figaro”, en la década del veinte, antes de la fundación de “La Presse”).

El conjunto de los hallazgos técnicos se orienta en esa dirección: mecánica de las máquinas de impresión y el empleo del vapor como fuentes de energía, los métodos de producción de papel y, por otra parte, la organización del trabajo y los sistemas de distribución tanto comerciales como los de aprovechamiento del más veloz sistema de transporte, gracias al ferrocarril. Los cambios en la organización de la visualidad de los periódicos advendrán más adelante, especialmente a partir de la instalación de la fotografía que modifica la planta gráfica de los diarios[17].

La ficción: una modificación que desborda (o modifica) a la literatura

Una modificación que merece una referencia especial corresponde a la ficción narrativa, pues ocupa un lugar protagónico, especialmente en “La Presse” que, en esta dirección le cabe un papel protagónico, tanto por el lugar que ocupa en ese mediocomo en lo atinente a los procedimientos y el carácter estratégico atribuido por su fundador. Tal carácter no es otro que lo denominado en nuestros días como logro de la “fidelidad de marca”, es decir que quienes consuman un producto repitan esa acción de manera permanente. Pero ese objetivo en el caso de “La Presse” se ligaba con un

proyecto político, su autor lo asociaba con el papel de la “gente de letras” que debía cuidarse y sostener con la continuidad del empleo. Este sector finalmente era el formador de la opinión pública (“productores de pensamiento” los llamaba Girardin), actividad que comparaba con el naciente ferrocarril, ambos eran factores dinámicos, vectores de progreso, frente a la aletargada monarquía de la época, junto a su séquito político. La propiedad intelectual debía parangonarse a la industrial, Girardin libra arduos combates, entre muchos otros, el de la propiedad intelectual hereditaria.

El estatuto de la ficción en “La Presse” es plural[18], tal diversidad apunta en una dirección, la principal, en el proyecto de su fundador: lograr un lectorado fiel al medio y que a su vez excediera los límites del público lector de la época. Lo que ha hecho buena parte de la notoriedad, incluso contemporánea, fue el folletín, si bien el recurso a la publicación fragmentada de una obra literaria era practicada desde tiempo atrás la instalación sistemática y continuada en un diario, singulariza su estilo periodístico. A lo que se suma la relevancia de los escritores, en cuanto a sus cualidades y también, en varios casos, para los menos distinguidos, por la participación y fama, transitoria o no en la vida de los salones de enjundia social, junto a Balzac, Dumas, Hugo o Defoe, se cuelan otros no de gran trascendencia. Unos y otros, ahora profesionales, suelen ocultar sus firmas en aras de objetivos de gran alcance, rasgo que perdurará en los periódicos, donde las voces múltiples dan lugar a una unidad.

Si la modalidad folletín de ficción insiste son otros modos de presencia que perdurarán más allá del relato literario fragmentado. La ficción irrumpirá en el cuerpo del diario en el lugar que justifica su existencia por el ritmo público de lectura, el carácter segmentario que sigue el acontecer periódico de la cotidianidad. Se fusiona entonces el tiempo de los sucesos del mundo con el tiempo en que se los proclama como existentes: la radio, la TV, la Web, acortarán las distancias de diferentes y vertiginosas maneras. A diferencia de otro nacido en la época que emplea un procedimiento similar, el diario íntimo, la prensa lo ejercerá en el dominio público invadiendo el curso de los acontecimientos, sean grandes o pequeños (el “fait diver” tendrá allí su nacimiento).

La ficción, a partir de “La Presse” no se presenta como un recurso para “desinformar” (reproche de la época o bien “tergiversar” era otro), sino para mejor informar sostenían sus redactores, introduciendo una pluralidad de recursos poéticos, tal cual la anécdota o el relato, muchas veces el histórico, de moda en la literatura de la época (Walter Scott, Victor Hugo, Alejandro Dumas). Pero el componente crucial es la llamada “ficción de actualidad”, los hechos políticos, los escándalos financieros, las contingencias naturales, se organizan de modo que den lugar a piezas discretas que se suceden en el tiempo, según una ruptura del orden, mediado por

episodios que lo recomponen o dan lugar a nuevas carencias que inauguran otro ciclo, componentes susceptibles de fragmentarse y adquirir unidad en el decurso diario de la producción del medio. La literatura, ahora insertada en ese torbellino, tendrá que ajustarse a sus reglas (la faena no será obra de plumas menores, Balzac o Dumas, por casos), el suspenso será la pieza clave necesaria para lograr la continuidad de la lectura y la consiguiente fidelidad.

El proceso de mediatización de la sociedad, si presenta momentos catastróficos, también es objeto de mutaciones al encuentro de situaciones adaptativas, propias de los múltiples nichos ecológicos de la sociedad, como en el mundo natural, ningún carácter está eximido de variaciones. “Le Petit Journal”, en su primer número de 1863, al igual que para otros rasgos que tuvieron su origen en “La Presse”, propone un cambio que afirma la propuesta original, pero alterada. Reprochará al folletín de tratar tópicos cuyo interés se limita a cierto público alejado de las contingencias vertiginosas del común, porqué distraerse, a veces años, en leer un texto que en forma de libro podría agotarse en un tiempo breve. Optará por otra fórmula, sin duda menos prestigiosa, la brevedad (unos pocos números) asociado a un tema, que para algunos podrán ser frívolos, pero cumplirán un mejor servicio para el común de los lectores.

De regreso a las propuestas iniciales

I. Acerca de ciertas regularidades

De regresarse a las primeras páginas la promesa realizada allí para avanzar en la lectura era la de “aclarar en algo los interrogantes del presente” a través de un “señalamiento de problemas”, ambos asuntos son pertinaces en el ámbito de la comunicación. Los interrogantes y problemas que allí se formulan suman a su complejidad las sorpresas que suelen deparar la emergencia de cuestiones singularmente novedosas. Es posible que una mirada hacia atrás nos permita ponderar el alcance de esas novedades o bien adjudicarles alguna regularidad que, con variantes, ya se ha manifestado en otro tiempo.

Si nos detenemos, por ejemplo, en el entorno que va desde la creación de “La Presse” al de “Le Petit Journal” notaríamos que las diferencias en el modo de tomar la palabra, es decir sus procesos enunciativos, no se alejan de lo ocurrido en otros momentos en cuanto a la configuración de la llamada “prensa popular” en oposición a la “seria”, procedimientos, por otra parte, que desbordarán a los diarios. Sin embargo, ambos apelarán a los recursos de la narrativización y a la ficción, e incluso a la narrativa literaria fragmentada[19]. Estas hibridaciones y mezclas no son ajenas a la prensa del presente, el caso del “Corriere della sera” de Milán, un diario con atribuciones de serio pero superabundante en narrativizaciones y

procedimientos de fragmentación propios de aquellos que no gozan de ese prestigio, no difiriendo en sustancia temática.

En otros dominios, el de la materialidad, nos referimos a las cualidades que nos permiten acceder a los “paquetes de materia significativa”[20] que nos habilitan a la producción de sentido, esta no trasunta, o solo lo hace parcialmente, las técnicas y el consecuente trabajo que da origen a esos paquetes y posibilita que lleguen a nuestras manos. Tales procedimientos, gozan de universalidad y no son obviados incluso en sus propósitos (sostener o ampliar la demanda), del modo que sea un esquema de comercialización, pero también una indispensable atención sobre los cambios y las novedades técnicas, ligadas al artesanado y más tarde a la ciencia. La electricidad, en el telégrafo, gran mediador de la prensa; el vapor como fuente de energía, aplicado de manera simultánea en la imprenta a gran escala y el transporte ferroviario; la producción industrial de papel, que aprovecha los hallazgos de la química; la mecánica de precisión, que solicita los avances de la metrología, para el desarrollo de las nuevas máquinas. La producción mediática —a partir del libro impreso— no dejó de ser solidaria, y de manera creciente, con los avances técnicos que, en el siglo XX será exacerbada, piénsese en la digitalización y la informática.

La mediatización remontándonos solo a “La Presse” y de manera más acusada con el paso del tiempo, se constituye como un fenómeno bifronte. La cara que se nos da a ver para la lectura posee un reverso que según sus diferentes variaciones dan lugar a la producción de dispositivos que, momento a momento, altera su cara visible. Esas modificaciones, a veces abruptas, modifican sus posibilidades de producción de sentido (alteran los “paquetes de materia significativa”), una fotografía o una ilustración en un diario no serán lo mismo que las piezas aisladas, le ocurrirá lo mismo a la letra escrita cuando se articula con ellas[21]. De esos cambios resultan desplazamientos de la relación entre enunciado y enunciación, los que dan lugar a variadas *inflexiones* del sentido.

II. Una observación necesaria

Los comentarios y anotaciones referidas a la trayectoria de un periódico se abren sobre preguntas que hacen trastabillar esa tarea, al límite de situarla entre las actividades ociosas propias de un mero inventario de curiosidades. La pregunta no es banal pues, de distintas maneras ha recaído en general sobre la historia, se refiere a la posibilidad de, a partir de un fenómeno singular y lejano, que se vale de recursos narrativos siempre incompletos y parciales pueda dar lugar a hipótesis que permitan establecer algún tipo de regularidad que habilite acercarse y dar lugar a hipótesis acerca de fenómenos del presente. En otros terrenos, aparentemente alejados, la respuesta ha sido positiva y además, como señal de su importancia, ha despertado no pocos debates acerca de la formulación de

los mecanismos a que pueden adjudicarse los cambios del pasado y su vigencia (o permanencia) en las condiciones actuales; la llamada evolución de los seres vivos constituye el *locus classicus*[22], aunque no el único, en prestarles atención. Aceptar el reto de pensar que la tarea puede no ser ociosa implica abandonar el convencimiento del carácter excepcional de lo humano e instalar sus desenvolvimientos en el espacio de los sucesos del mundo, al igual que otras especies, sin atribución de una especial jerarquía[23]. La incompletud documental, la diversidad fenoménica o el peso que pueden adquirir las decisiones de apariencia individual, son al fin ocurrencias tan variadas y azarosas como las adjudicables a cualquier otro campo de fenómenos.

En el ámbito de la comunicación, aunque no formulada de manera directa, suele adquirir esa excepción el carácter de escepticismo o de “frialidad” respecto a los resultados esperables de una “vuelta atrás”, situación que se instala a partir de dos variantes: por un lado el exceso de expectativas en cuanto a los resultados, acompañado de la ambigüedad -o extensión y pertinencia- de las preguntas que se apetece responder a partir de la crónica histórica sin la mediación de un instrumental específico. Se trata de examinar fenómenos discursivos de configuración heterogénea y debe tratárselos como tales, junto a las condiciones de producción, entendiéndolas en toda su extensión (formales, técnicas, económicas, etc.). Asociándolas con hipótesis acerca de cambios cognitivos y sus ecos sociales. Opuesto, por otro lado, a la restricción fenoménica en el campo de la producción social de sentido[24], restringirse, por ejemplo, a una sola práctica comunicacional de existencia relativamente corta, el libro, por ejemplo. En ambos, por exceso o por defecto, se lateralizan o desdeñan, los rasgos que pueden atribuirse al conjunto de los cambios, muchas veces fruto de los hallazgos (o al menos de su mención) de quienes sostienen esas posiciones distantes. Menudean en esas posiciones el suponer una historia corta de los fenómenos comunicacionales, no considerarlos como una dimensión que acompaña a la especie desde siempre y aun sobrepasa largamente los límites de su existencia. Descontando la dificultad del asunto es posible acordar al menos que valdría la pena intentar cuando se realizan observaciones parciales, consignar el grado de generalidad que puede atribuírseles respecto a otros intervalos precedentes o posteriores. Retomaremos esta cuestión enseguida.

III. Dos ejemplos que solicitan apelar a nociones específicas

Si nos detuviéramos en el curso que va de “La Presse” al “Le Petit Journal” nos encontramos con una propiedad común, salvando pocas diferencias, en cuanto a la materialidad (los “paquetes de materia significativa” que le son propios) se presentan de una manera homogénea pero, por otro lado, se produce en ambos casos un fuerte despeque del universo de lectores. Lo que explica el cambio –manifiesto, con sus jergas particulares, en

la propia letra de esos periódicos- es la modalidad enunciativa, la que va al encuentro de la posible sintonía con segmentos diferentes de público. La solución técnica adoptada por la creciente demanda fue la de apelar a dispositivos técnicos comerciales y de impresión según el caso, que posibilitaran su sostenimiento; la modificación de los sistemas de impresión y pliegue que conferirían una mayor velocidad de producción junto a una disminución de su costo, caracterizaron a ese momento y se sostuvieron en el tiempo.

La homogeneidad perceptual de las piezas gráficas si admitía en la sustancia cambios retóricos y argumentativos admitía otros cambios, correspondientes a otros registros, la ficcionalización literaria o no, etc. La instalación de trayectos discursivos (nuevas tematizaciones) presentes aunque no inmediatamente ostensibles pero de encadenamiento indispensable, operando a su vez como externalidades: los que corresponden a la técnica, la microeconomía, los imaginarios culturales y las relaciones institucionales que posibilitaban el alcance, según la marcha del tiempo, a más amplios sectores sociales. Entre estos últimos un variado espectro de cuestiones juegan un papel no desdeñable: impositivas, de legislaciones restrictivas en lo político y, muy especialmente, los efectos del acceso a la lectura por vías de la educación en los sectores menos beneficiados[25].

Este suceso, si se quiere prevalentemente cuantitativo, se distingue de otro que coincide en fecha con un nuevo impulso del alcance y papel de la prensa (la tímida presencia de la fotografía y la multiplicación de las imágenes) se trata de la difusión del teléfono. Cinco años después de la invención, en 1884, se emplea para la transmisión de óperas en simultánea con los teatros, el sistema crece hacia finales del siglo y se incrementa en los primeros años del siguiente, ampliándose a los servicios de noticias, informaciones económicas e, incluso, a la transmisión de celebraciones religiosas. Este sistema encuentra su limitante en los costos, la expansión de las redes era pequeña y reservada, a sectores limitados de público[26]. Los más robustos en organización llegaron a alcanzar el advenimiento de la radiofonía, es el caso de la empresa Hirmondo de Budapest. Este caso que conlleva una modificación de materialidad radical respecto de la prensa no resiste a la imposibilidad de modificar su audiencia, no se trata de una carencia de aceptación por parte del público de ese recurso sino de su accesibilidad, lo que se prueba por el éxito masivo de la radiotelefonía, pocos años después, gracias a las facilidades de su acceso.

Estas relaciones entre cualidad y cantidad, referidas a los cambios han sido atendidas por Eliseo Verón dando lugar al desarrollo de dos nociones: *cambio de escala* y *ruptura de escala*[27]. El fundamento que las justifica, como veremos, es consistente con la propiedad *constitutiva* de toda comunicación, el *desfase* (asimetría entre las instancias participan-

tes), tal fenómeno ha variado en el tiempo y atraviesa diferentes estados. Las comunicaciones llamadas “de masas”, incrementan la asimetría y, en consecuencia, la complejidad de las relaciones entre producción y reconocimiento. Las implementaciones técnicas que conllevan esas nuevas modalidades (desde los desarrollos mecánicos de la imprenta hasta los electrónicos actuales, entre tantos otros) dan lugar a procesos industriales que sitúan de más en más a los productos de los medios (configuraciones discursivas finalmente) en el ámbito del mercado, con las consecuentes relaciones –no exentas de conflictos y posibilidades de solución- entre oferta y demanda.

Entre juegos que se hacen patentes al examinar los factores que dan impulso a “La Presse”, al igual que a “Le Petit Journal” tanto antes de su creación como con mayor intensidad en los momentos subsecuentes que, tal cual hemos reseñado, se hace patente el incremento de complejidad, tanto en aspectos relacionados con las técnicas de factura como en las configuraciones discursivas, signadas por su carácter competitivo en el seno del mercado.

IV. Acerca de las diferencias entre *cambios de escala y ruptura de escala*

El empleo de recursos materiales, distintos de los instrumentos corporales (voz, gestualidad, manejo del espacio) resultado de distintos tipos de industria (lítica, cerámica o electrónica) aportan a la circulación de discursos en el espacio y en el tiempo: un cántaro, un libro o un film escapan al mundo circundante y permanecen más que aquellos que le dieron origen. Estas posibilidades dan lugar a *descontextualizaciones* del sentido de características indeterminadas; los resultados de los ejercicios del cuerpo, la conversación por ejemplo, no están exceptuados, aunque en grado y forma diferente.

Es así que las variaciones, en cuanto a la descontextualización, son los resultados de los procesos a que dan lugar los soportes materiales autónomos que se distinguen, según su prevalencia en su organización sónica, de operaciones propias de la primeridad, la segundidad o la terceridad, de acuerdo al léxico de Peirce[28]. En cuanto a esto Verón ha señalado, refiriéndose a los cambios indicados por Goody, referidos a la escritura, que “Ella introduce una serie de fenómenos que podemos llamar *cambios de escala*. La mediatización de las operaciones primeras y segundas, es decir, de las representaciones icónicas y del contacto indicial, producen en cambio lo que llamaremos *rupturas de escala*”[29].

La escritura en su larga historia de milenios fue objeto de múltiples formas de instalación en la sociedad, derivadas de resultados tanto de sus modos de ejecutarse como en las características de los soportes en que se asentó (tabletas de arcilla, inscripciones epigráficas, papiro, pergamino,

papel), los que dieron lugar a modos de circulación diferentes con las consiguientes descontextualizaciones y sus consecuencias en la producción de sentido. Tales fenómenos se inscriben entre los cambios de escala cuya culminación se sitúa para occidente en el siglo XV, a partir del advenimiento de la imprenta, cuyas consecuencias y efectos se manifiestan hasta nuestros días.

A estas modificaciones en la comunicación se suman otras, las que Verón denominó rupturas de escala que, embrionalmente presentes en sustancia pero que se encontraban limitadas en sus alcances (por caso: la fotografía o la fonografía, la misma cinematografía) que, al articularse con otras técnicas dan lugar a dispositivos de alcance público extenso (diarios, radio, TV, WEB).

Las nociones que venimos comentando se presentan como de un empleo extenso para examinar los cambios en la comunicación, podría incluso adjudicársele una pertinencia extendida a condición, a mi entender, de tener en cuenta ciertos recaudos que no afectan su consistencia pero especifican las relaciones entre ambas, permitiendo operativizarlas en situaciones particulares. Por caso, de examinarse la situación del teléfono que evocamos, en cuanto a la dimensión ruptura de escala no difiere de la radiofonía; incluso podría afirmarse que fue su variedad de oferta más amplia que la inicial radiofónica, el obstáculo para el enlace social fue superado por la técnica que habilitó la posibilidad multiplicadora. Enlaces de este tipo se pueden encontrar también en los trayectos de la escritura o de la instalación a gran escala de diferentes tipos de técnicas asociadas con la imagen.

Referido a esto último, nacimiento y caída y eventuales renacimientos de “La Presse” y sus coetáneos, sus diversos avatares competitivos en síntesis, se asocian con cambios de escala, noción que podría ser tratada de manera vectorial, al igual que la de rupturas de escala, atendiendo a la diversidad (hibridaciones), tanto de los medios contemporáneos como los del pasado, la vieja prensa del siglo XIX como los medios actuales nos inducen a pensar que no sería ocioso intentar el esfuerzo. Tales vectores se desplazan en magnitud y en términos absolutos, de la voz a la escritura, o en calidad y dimensión variable en la iconicidad (como se puede evidenciar en el universo de los periódicos) y, no menos, para la epigrafía y los soportes cerámicos.

V. De Gerardin a Steve Jobs

En el principio cuando invitamos a seguir estos comentarios se señaló como necesario recurrir a un conjunto de nociones que emplearíamos para realizarlos (materialidad, asimetría, enunciación, dispositivo), tratamos de ponerlas en obra, pero para poder asignarles un lugar en el momento de echar “una mirada hacia atrás”, fue necesario recurrir a otro par para dar

cuenta de los alcances y los modos que se articulaban en los cambios de escala y ruptura de escala. Si algo se hace evidente en el corto tránsito de la “La Presse” de Girardin y de los accidentes que le sucedieron es que esos cambios constituyen un intrincado entrelazo que nos habla de cuerpos y máquinas que ejecutan y perciben lo ejecutado asociándose o asociados por la técnica, modelando una materia que dispara la producción de sentido que, al mismo tiempo, desborda y da cuenta de su actualidad. Las pocas páginas de “La Presse” o más la TV o la WEB de nuestros días se presentan como una condensación de recursos que se pierden en la historia pero que no dejan de actualizarse a cada instante en nuestros ojos y oídos, tan viejos y tan nuevos a la vez.

Ciertas noticias de actualidad no parecen desdecir estos comentarios, en el momento de escribir estas últimas líneas una noticia referida a la aplicación del iPad y tabletas de escritura similares, en ciertas escuelas de los EEUU. Se consignan en esa noticia ciertas razones que justifican su empleo, unos didácticos y otros de empleo físico, se insiste en que las ya tradicionales computadoras portátiles resultan difíciles de manipular en los trabajos en grupo o bien, que ellas o los libros no son aconsejables, por razones ergonómicas, en especial para el traslado. Se me ocurrió que la tactilidad arrastrada y no impulsiva, propia de las tabletas, algo tenía que ver en cuanto a la preferencia, no menos los buenos oficios de Steve Jobs, no solo como diseñador sino también como estratega; a su manera –la que el tiempo le ofrece- se ocupa de las relaciones entre ruptura de escala y cambios de escala. Al fin, otra vez, el cuerpo y la técnica se enlazaban dando lugar a nuevos lugares y a nuevos espacios de complejidad en la producción de sentido.

Notas

[1] Los comentarios que presento se realizan a partir de lo expuesto en mis participaciones en dos reuniones del seminario “Medios y cultura mediática”, correspondiente a la Maestría en periodismo de la Universidad de San Andrés, dirigida por Eliseo Verón. Ciertos aspectos que formaron parte de la exposición original en ésta se separan como notas o se agregan, para mayor claridad, aquello que tuvo un carácter digresivo, seguramente poco preciso y sin mención de fuentes, se amplían en este texto.

[2] Un comentario de gran interés respecto a la posición de Platón con relación a la escritura puede leerse en Eric Havelock *La musa aprende a escribir*, Buenos Aires, Paidós, 2008.

[3] Goody, J. *La domesticación del pensamiento salvaje*, AKAL/universitaria, Madrid, 1985, (pag. 47 y siguientes), referidas a las consecuencias cognitivas de la escritura.

[4] Angel Arrese realiza una reseña el advenimiento de las primeras páginas escritas y su papel en el campo de la economía y el comercio *Prensa económica. De la Lloyd's list al wsj.com*, EUNSA, Pamplona, 2002, (p.25-27)

[5] Existe un ejemplar en la Biblioteca Nacional, ingresado en el mismo año de edición, me tocó “cortar” sus páginas poco antes de comenzar a escribir este trabajo.

[6] Puede leerse este balance en las páginas del “Posface”, firmado Marie-Eve Thérenty en el mencionado *1836 L’an I de l’ère médiatique*, p.289 en adelante.

[7] *Madame de Girardin y Balzac*, Buenos Aires, Editorial Glen, 1943

[8] En buena medida se debe a Reclus (op.cit, pag. 3) y a Georges Weill, en menor medida,

publicado el mismo año que el anterior, 1934 (*El diario* Fondo de Cultura Económica, México, 1941)

[9] En esas décadas coinciden en instalación creciente un conjunto de recursos técnicos que de manera efectiva inauguran un crecimiento posible de advertir en sus consecuencias en la actualidad: el empleo de la energía mecánica (a vapor), para el transporte terrestre y marino, con aplicación también a las artes gráficas; el telégrafo no menos aplicado en el universo de la prensa por las agencias de noticias; la fotografía, que solo se verá en la prensa cuarenta años después.

[10] Esa denominación fue acuñada en EEUU antes que en Francia se impusiera esa misma modalidad.

[11] *The bias of communications*, University of Toronto Press, Toronto, 1951

[12] Girardin además de concebir a la publicidad como parte de la gestión económica prestaba también atención a sus características discursivas. Insistía en la necesidad de aplicación de fórmulas concisas acerca de los beneficios de un producto junto a la evitación o multiplicación de los elogios.

[13] En Galica.fr, archivo numérico de la Biblioteca Nacional de Francia se encuentra la colección de “La Presse”, entre 1836 y 1925. Se puede encontrar también la “Le Siecle” y la del “Le Petit Journal”, aquí realizaremos algunas observaciones en base a esas colecciones.

[14] Un tratamiento particularizado de este fenómeno es realizado por Gérard Legneau en “La société générale des annonces”, *Le mouvement social*, N°145. Paris. 1989

[15] Acerca de los recursos puestos en obra por “Le Petit Journal” pueden leerse en Marc Martin *Médias et journalisme de la republique*. Paris. Editions Odile Jacob. 1992

[16] Thérenty y Vaillant (op. Cit) dedican un capítulo al tratamiento de esta cuestión (pag.201 en adelante), donde se detienen sobre los modos de la publicidad (los anuncios en el léxico de la época), en una dirección similar a lo que hacemos aquí. Restan, sin embargo, ciertos aspectos a aclarar, que los autores consignan, se trata de la publicidad enmascarada en el conjunto del cuerpo de periódico, desde la moda vestimentaria a las obras literarias o teatrales. Por otra parte, en el mismo capítulo, se hacen referencias tanto a la retórica publicitaria como a la embrional emergencia de las ilustraciones y viñetas. Una discusión acerca de esta cuestión puede leerse en Georges Weill (pag. 145-148, nota 8).

[17] Los diversos procedimientos de producción de imágenes se difundían a través de las revistas, de aparición semanal o más extendida, dado el tiempo que demandaban los procedimientos del grabado, en sus diversas operatorias técnicas. “A comienzos del siglo XIX, el grabado de un bloque en madera ocupaba entre un día y un mes, según su tamaño; cien años después, un fotograbado de medio tono (un directo) se podía preparar en unas horas...” William Olden *Diseño de revistas*. Barcelona. Gustavo Gilli.1991. Las grandes publicaciones que aplicaban los procedimientos tradicionales se instalan en las décadas del 40 y el 50, el prototipo “Illustrated London News” es de 1842.

[18] Es inevitable remitirse al ya aludido “1836 l’an I de l’ère médiatique” del que aquí solo recogeremos unas briznas, aquellas que nos parece necesario enumerar pero que, para nada, eximen de la lectura de ese texto si se desea conocer el variado estatuto de la ficción en “La Presse”.

[19] Recurso repetido hasta el presente. De maneta aun tímida ha sido adoptado por importantes diarios en sus versiones digitales, adecuados en forma (ciertas derivaciones de la telenovela), ajustados en extensión temporal y costos de producción a su particular alojamiento.

[20] Fórmula empleada por Eliseo Verón para indicar la ineludible condición de la instalación y circulación social de sentido.

[21] La noción de *dispositivo* se emplea para circunscribir esos cambios. Ver: Oscar Traversa “Aproximaciones a la noción de dispositivo”, Signo y seña N°12, F. de F. y L. (UBA), Buenos Aires, 2001

[22] Es ilustrativa en este aspecto la lectura de los dos primeros capítulos de *La estructura de la teoría de la evolución* de Stephen Jay Gould que llevan por títulos “Definición y revisión de la estructura de la teoría de la evolución” y “La historia de la lógica y el debate darwinista”. (Tusquets Metatemas. Barcelona. 2004)

[23] Respecto a las convicciones acerca de la creencia de que el hombre trasciende a la vez la realidad de las otras formas de vida y su propia naturalidad, ha sido discutido en *La fin de l’exception humaine*, Jean-Marie Schaeffer, Gallimard, Paris, 2007

[24] Para la primera situación un ejemplo puede leerse en Barbier y Bertho Lavenir (p.410) y el segundo en Chartier, en especial en la formulación sintética expresada en un reportaje en

ADN (revista cultural del diario “La Nación” de Buenos Aires el 21 de enero del 2011). Este señalamiento en nada pone en cuestión los aportes particulares de esos autores.

[25] La ley Guizot establece, en 1832, consistente en la creación de escuelas normales en todo el extendido del territorio. La enseñanza obligatoria y gratuita deberá esperar casi cincuenta años, la ley Ferry, contemporánea de la 1420 de la Argentina.

[26] En este aspecto insiste Ithiel de Sola Pool: “Discursos y sonidos de largo alcance” en *Historia de la comunicación* Raymond Williams ed. Bosch Casa Editorial. Barcelona. 1992

[27] *Espacios mentales*. Gedisa Ed. El mamífero parlante, Barcelona. 2001

[28] Icono, índice y símbolo corresponden a la diferencia que Peirce establece entre primaridad, secundariedad y terceridad. El símbolo se refiere a algo por la fuerza de una ley, el caso de las palabras de una lengua; el índice es un signo que se encuentra en contigüidad con el objeto que indica, el síntoma de una enfermedad por ejemplo o la veleta que indica la dirección del viento; el icono exhibe la misma cualidad o la misma configuración, los diagramas que muestran la relación entre propiedades, por ejemplo. La pobreza de estas descripciones es solo orientativa para permitir la lectura de aquellos ajenos a estas nociones.

[29] Verón, E. op.cit. 25, pag.132

Bibliografía

Oscar Traversa

es Profesor Consulto de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires y Director del Área de Crítica de Arte del Instituto Universitario Nacional del Arte. Integra, en organismos universitarios y de investigación, funciones de consultor y evaluador de proyectos (CONEAU, CONICET). Dirige y ha dirigido, a partir de 1984, grupos de investigación en las universidades de La Plata y Buenos Aires, financiados por esas instituciones el CONICET y el FONCYT (dirige en estos momentos dos proyectos: en el IUNA y ANPCyT). Ha sido miembro fundador y director de las revistas *Lenguajes*, *Cuadernos del CEAGRO* y *Figuraciones*, de esta última es actualmente editor. Se formó en Francia, en la EHHSS bajo la dirección de Christian Metz y obtuvo su doctorado en la Universidad de Buenos Aires, bajo la dirección de Nicolás Rosa. Ha escrito los siguientes libros: *Cine. El signifiicante negado* (Hachette, 1984), *Arte y comunicación masiva* (1996, junto a O. Steimberg), *Cuerpos de papel I* (Gedisa, 1997), *Cuerpos de papel II* (Santiago Arcos, 2007) y compilador junto a O. Steimberg y Marita Soto en *El volver de las imágenes* (La crujía, 2009). Se encuentra en prensa *inflecciones del sentido* (aparición diciembre, 2010 otraversa@arnet.com.ar)

Dispositivo, cuerpo, subjetividad: el caso de banda ancha móvil

Silvina Tatavitto

Qué repercusiones puede acarrear un dispositivo en relación con la construcción de sujeto, más específicamente, en términos de la representación del cuerpo y la identidad. En el marco de esta cuestión es que se desarrollará el análisis de las significaciones entrañadas en la banda ancha móvil que, al menos en el estadio actual de su circulación social, promueve una serie de intercambios entre lo que es corporalidad virtual y real, entre las esferas de lo individual y lo colectivo. El examen de este fenómeno recoge los resultados de una investigación en reconocimiento llevada a cabo entre usuarios jóvenes de Internet a través de técnicas cualitativas. **Palabras clave:** dispositivo, identidad, cuerpo, análisis en recepción

Device, body, subjectivity: the case of mobile broadband

What are the repercussions that one dispositive can produce in relation to subject construction or, more precisely, in terms of body and identity representations. This is the framework from which will be developed the analysis of mobile broadband signification; dispositive that, at least in this current stage of its social circulation, promotes interchanges between real and virtual bodies, between individual and collective sphere. The examination of this phenomenon gathers results from reception research that was conducted to interrogate young internet users through qualitative techniques.

Palabras clave: dispositive, body, identity, reception analysis

Este trabajo retoma resultados, podríamos decir colaterales, de un estudio en recepción sobre banda ancha móvil. Dicha calificación indica que ellos desbordaban las cuestiones centrales de la indagación al público, referidas a los tópicos clásicos de una investigación destinada a detectar modalidades de comunicación apropiadas para Internet o banda ancha móvil (de aquí en más Bam). No es infrecuente que, durante el trabajo de campo, se recolecten datos que trascienden lo requerido en la respuesta de los objetivos para los que ha sido inicialmente concebido. De este modo, suele quedar lateralizado el análisis de ciertos fenómenos inesperados -o surplus según designación vigente en cierta área de reflexión metodológica etnográfica (Holly, 1984)- que resultan, no obstante, dignos de atención, a pesar de carecer de una vinculación estrecha con los interrogantes inmediatos que la indagación busca responder.

Así, en esta oportunidad el corpus es dicho surplus, constituido por el discurso recogido en una muestra relevada [1] a través de una combinatoria de metodologías cualitativas[2], cuyo análisis se orienta a detectar el papel e incidencia de Bam en la configuración de identidades, especialmente en lo relativo a la representación y figuración del cuerpo. Un tópico asociado, el estatuto de dispositivo, forma parte también del examen que aquí se realiza, donde interesa dilucidar en qué medida su carácter dinámico -y las posibilidades vinculares a él asociadas- promueven prácticas sociales lo suficientemente distintivas y particulares como para postular que pudiera tratarse de un dispositivo heterogéneo, y no tan sólo la expansión o perfección de la variante fija, tal como podría estipularse en el marco de una interpretación evolucionista y lineal del desarrollo y desenvolvimiento de la tecnología y los medios en la sociedad

Consignado ya el propósito que alienta estas reflexiones, conviene hacer lo propio en relación con los marcos analíticos empleados, que abrevan en los avances realizados por Oscar Traversa en torno a la noción de dispositivo; en las descripciones de Castell y Bauman respecto de las prácticas sociales generales cristalizadas en lo que se ha dado en llamar diversamente sociedad de flujos, en palabras del primero, o modernidad líquida en términos del segundo; también en las observaciones de Eliseo Verón respecto de los efectos de los medios y el mercado de medios en particular; y de Andrea Semprini en lo atinente a tendencias globales de consumo.

La estructura del artículo implica el desarrollo de cuatro tópicos interrelacionados. En primer lugar, una introducción tendiente a ubicar cómo es recibida o interpretada esta posibilidad móvil en el marco de las tendencias actuales de consumo, como así también en relación con otras más generales obrantes en la sociedad. En segundo lugar, se procederá a describir algunas de sus repercusiones en el modo de constituir las representaciones de la propia subjetividad, y en lo atinente a la generación de ciertas modalidades de figuración del cuerpo. El análisis de esas cuestiones permitirá arribar en mejores condiciones al tratamiento de la última de ellas, que girará en torno al estatuto de dispositivo.

También es propósito de estas páginas escapar de toda pretensión de cerrar problemas dado que las descripciones revisten, por el contrario, una naturaleza provisional: antes que agotar un fenómeno se trata, más bien, de comenzar una cauta interrogación sobre sus alcances.

1 Introducción: Internet móvil en el imaginario y los consumos contemporáneos

En la muestra relevada, Bam se asocia con un imaginario que, en primer lugar, desata atribuciones de fuerte individuación. A diferencia de la

opción fija y la conexión desde PC de escritorio (asociada a un uso grupal, sea el del hogar o el del lugar de trabajo o cualquier otro ámbito), acompaña permanentemente al usuario en sus trayectos, como diciéndole: Internet “va con vos”, virtualmente sin límites o, cuanto menos, con los de la cobertura de red, concebida desde un verosímil de permanente avance. Concomitantemente, la ausencia de sujeción tiende a promover una imagen del yo potenciado en términos de autonomía y libertad, libre, en fin, de las ataduras a espacios determinados, enchufes, tendidos y cables o a todo equipo que, por razones de tamaño, peso o diseño, tienda a inmovilizar a quien lo usa (en la conexión desde teléfono móvil esta percepción se potencia).

La cadena significativa de individuación, independencia del yo y presencia continua (ahí está Internet, donde quiera que fuere o estuviere el usuario) promueve la adjudicación de hecha a la medida de (al menos en términos de los desplazamientos)., Tiende a coincidir así con un imaginario generalizado en los mercados contemporáneos, configurado en la tendencia ascendente de preferencia por la posibilidad de personalización de servicios y bienes, y; en consonancia con una sociedad altamente diversificada en sus consumos y prácticas. En esta dirección, el discurso de la muestra analizada parecería darle un mentís -por lo menos en este punto porque, según veremos más adelante, en otros resuenan todavía ciertos ecos “apocalípticos”- a las fantasías de masificación e impersonalidad que proliferaron en ciertas áreas del discurso de las ciencias sociales, cuando analizaban el impacto de los medios en la sociedad ya que, en palabras de Eliseo Verón (2002: 44):,”la evolución de los medios llamados ‘de masas’, en particular la televisión, contradujo todas las profecías sobre la alienación (...) y la homogeneización de las sociedades (...) en las que se especializó la tan mentada escuela de Frankfurt”. El individualismo moderno triunfó sobre otras corrientes sociales que podrían haber llevado a una creciente indiferenciación de los públicos y contribuyó a conformar un escenario de creciente diversificación, en el que los medios jugaron un rol central.

En franca contradicción, entonces, con aquellas adjudicaciones contra-utópicas, las lógicas actuales de mercado se caracterizan por la progresiva segmentación y proliferación de bienes y servicios, correlativa a movimientos sociales muy generales modelados por ese acusado proceso de individuación, que corresponde a un estadio de pronunciada divergencia entre oferta y consumo. En una perspectiva diacrónica se advierte que colisionan o tensan el intercambio entre ambos dos orientaciones muy generales, una tendencia a la homogeneización contrapuesta a la de diferenciación. Frankfurt, y sus ecos actuales, apostaban al predominio de la primera, especialmente en el mercado de medios, ya que la posguerra fue uno de los momentos de convergencia y articulación relativamente

estable entre esas instancias del intercambio económico, por lo cual una baja diversificación de bienes satisfacía a públicos multitudinarios. Pero a vueltas de la historia y, con intensidad creciente desde los años ochenta, los escenarios de mercado están surcados por intensas corrientes de diferenciación y diversificación,. Ellas impulsan prácticas de consumo cada vez más fragmentadas y trastocan aún más la articulación oferta-demanda, que “siempre ha sido difícil porque una y otra responden a lógicas distintas: la estructuración de la oferta responde a una lógica económica y nutre la tendencia a la homogeneización; la configuración de la demanda obedece a una lógica social de creciente diferenciación, y favorece por lo tanto la divergencia” (Verón 2002: 45).

Un consumo cada vez más diversificado atraviesa áreas heterogéneas, perceptible, por ejemplo, en el pasaje de la televisión generalista a la actual segmentación de cable (Verón 2002); penetra los más variados servicios -tradicionalmente más asociados a esta posibilidad- alcanzado, incluso, la industria automotriz (antaoño paradigma de la producción en masa), que hoy ofrece personalizar autos, en un intento para que cada producto -básicamente a través de accesorios- pueda adecuarse, en la medida de lo posible, a la extrema singularidad de gustos diversos (accesorizar es un neologismo acuñado para tal propósito). Semejante impulso ha llevado a la multiplicación “inter” (producto o servicio), caracterizada por la réplica sin fin de versiones más o menos similares, y a la multiplicación “intra” representada en variaciones a partir de variables intrínsecas de bienes y servicios como, por ejemplo, sabores en caso de productos alimenticios (Semprini, A., 1995).

2 El sujeto

2.1 Práctica individual, práctica del deber

Desde esta lógica que acabamos de describir se tiende a recibir y representar las cualidades de Bam. Más allá de su competencia, o incluso potencial complementación con la modalidad WiFi, parecería encarnar, cuando se trata de conexión desde laptop/netbook o celular, el máximo imaginable de personalización e individuación, por cuanto es una posibilidad que -como ya se ha dicho- construye una subjetividad antes individual que colectiva o grupal, más adscripta, ésta última, a la versión convencional.

En la muestra consultada se asocia, además, con una posición de sujeto distante del goce o el entretenimiento para estar fuertemente anclada al mundo de las exigencias, sea estudio o trabajo (donde configura una suerte de oficina móvil) y resulta, en consecuencia, dificultosa la atribución de pertinencia y uso en ámbitos ajenos a los del deber y la obligación ya que se sostiene, por ejemplo, que en situaciones de distensión, cuyo paradigma son las vacaciones, la tendencia es desenchufarse (la expresión aquí

resulta más literal que metafórica): “vos no te llevás la laptop a la playa, sería un desperdicio cambiar la playa por la pantalla”. Colaboran también a esta situación cauciones de seguridad (temor a extravíos o robos, por ejemplo), como también de preservación y cuidado de los equipos.

2.2 Cara y contra cara: libertad y sujeció

En segundo lugar y si bien surgen remisiones positivas a un sujeto que, como ya se dijo, está libre de ataduras (a un lugar, a los cables) , con la cotidianeidad muy facilitada en sus desplazamientos constantes - especialmente en cuestiones laborales -, y con un estilo de vida muy atareado y agitado, se observa que la posibilidad de conectividad permanente presenta, como revés de la trama, connotaciones de hábito malsano, en general atribuido a un estereotipo negativo usualmente ligado al mundo tecnológico, que genera contra- identificación: “el nerd”, el “enfermito” por la tecnología. También puede movilizar reenvíos negativos a otro tipo social, el workaholic con necesidad de estar en control permanente, “que no puede desconectarse de las cosas; siente que si no está en la oficina o empresa se derrumba todo” y, esta figura controladora, tiene marca de género ya que se atribuye globalmente a los hombres.

Si, como se ha señalado previamente, la cadena significante individuación e independencia configura una subjetividad muy en sintonía con los procesos generales de diversificación y personalización de los consumos, que contradice fantasías contra- utópicas de la acción uniformizadora de los medios -por remisión global al estigma de la masificación capitalista- (Featherstone, M 2009), ellas, no obstante, estarían al parecer palpitando en la tensión establecida entre orientaciones dispares. La remisión al ámbito laboral tiende a movilizar la figura del workaholic, así como la personalización o individuación (más para el yo que para el nosotros), que adquiere en la muestra un valor positivo, puede eventualmente derivar o resolverse en la del solitario o aislado. El adicto al trabajo así como el devorado por la pantalla son proyecciones metafóricas que condensan un significado común. Laten en una y otra subyacentes remisiones al peligro de la adicción, que no es otra cosa que falta de control, pérdida -por otros medios- de la libertad ganada gracias a la tecnología.

Resuenan aquí ciertos ecos apocalípticos en el discurso de los jóvenes que podrían, tal vez, adscribirse a un imaginario con tendencia a insistir en los momentos inaugurales, cuando “en ese momento cero la nueva tecnología es una especie de superficie (...) sobre la cual la sociedad proyecta sus fantasmas más secretos” (Verón, 2002: 42), ya que su emergencia suele contener latentes rupturas de escala, recibidas muchas veces como un reto amenazante para las identidades sociales estabilizadas en esa circunstancia (Verón, 2002).

2.3 Una subjetividad ubicua y lábil

Paralelamente a estas tensiones se observa que Bam revela un costado o rasgo algo paradójico, ya que se la percibe como una instancia de resolución de contradicciones. A través de técnicas proyectivas, los entrevistados seleccionaron imágenes representativas de las posibilidades que se abrían con ella y que ilustran claramente esta cuestión. En una de ellas (Figura 1) un joven de inconfundible apariencia citadina atraviesa en moto un árido desierto: lo rural (es decir lo aislado y, por extensión, incomunicado) está aquí, sin embargo, en relación metonímica con las significaciones de lo urbano, tradicionalmente asociado con el mundo del contacto y la conexión. Esta oposición así parece atenuada, como si se tratara de un diluido vestigio del pasado, cuando es enfocada en la perspectiva de las potencialidades adjudicadas a Bam.

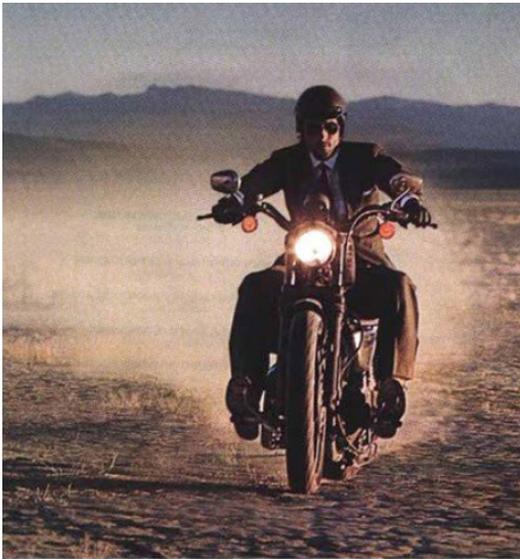


Figura 1

Por otra parte, en virtud de su carácter “siempre” presente clausuraría definitivamente la sensación de sentirse perdido -física y emocionalmente-, que se identifica con aislado por cuanto permite, al menos virtualmente, contacto continuo con los demás. Esta adjudicación es descrita a través de la imagen de una maratón (Figura 2), elegida en la muestra para ilustrar la superación de otra contradicción, esta vez, la obrante entre lo individual y lo colectivo ya que -según argüían los entrevistados- percibida de lejos configura una unidad, una totalidad, pero de cerca se advierte que se trata de un conjunto de individuos; es decir, la pertenencia a un colectivo de identificación es posible sin perder, por ello, la identidad o singularidad individual (aún en soledad se está literalmente enredado con otros, nunca aislado).



Figura 2

Se modela, en definitiva, una subjetividad ubicua, que experimenta como continuidad aquello que, hasta no hace mucho, se organizaba en dicotomías polarizadas en términos de espacios (la oficina en la calle, la ciudad en el campo), experiencias (solo pero siempre conectado) y vínculos (lo familiar, grupal, comunitario en lo individual); encabalgadas todas en la oposición de base entre lo estático -adscripto a la variante clásica- vs lo dinámico, propio de la nueva opción, tal como indican las imágenes analizadas, que tienen en común la representación del movimiento. Ubicuidad entonces que, bien podría pensarse, reenvía a la situación general que atraviesa la contemporaneidad en sus más recientes orientaciones, ya que si se acuerda en que la sociedad es un proceso, un siendo, entonces puede concebirse que sus espacios no sean estáticos, sino móviles y donde confluirían simultáneamente antiguos opuestos, al menos en términos de actividades y prácticas asociadas con lugares predeterminados.

La variante estándar parecería, entonces, más en sintonía con estadios del pasado, con instancias donde la conformación de subjetividades estaría vinculada al establecimiento de territorios y a lugares fijos, mientras que, por el contrario, Bam resultaría más propia de la sociedad y la economía de flujos (flujos de capital, de información, de tecnología, flujos de interacción organizativa, de imágenes, sonidos y símbolos), que distan de constituirse solamente en un elemento más de la organización social, para tornarse en procesos constitutivos de la vida económica, política y simbólica (Castells, 2000). En este escenario es que Bam puede, al menos potencialmente, ser pensada como un dispositivo diferente, en la medida en que permitiría la confluencia de prácticas antes disociadas por realizadas en espacios distintos (trabajar en una playa o hacer de la calle una oficina), y donde es posible participar, al mismo tiempo, de varias escenas en el espacio de flujos. Un espacio de conectividad no estático sino dinámico, que se identifica con los desplazamientos del usuario, homólogo al de la modernidad líquida de Bauman (2003), la de las formas desterritorializadas del contacto interpersonal, de la política y la economía (la sección 4 retoma la cuestión sobre el estatuto de dispositivo que aquí sólo se enuncia o plantea, dado que su examen cabal reclama la introducción previa de otro de los tópicos de esta sección y la subsiguiente)

2.4 Subjetividad y mediatización

Subjetividad así ubicua, potenciación del yo liberado de sujeciones territoriales, pero un aspecto queda por aclarar, más bien una pregunta. Esa tensión entre orientaciones (libertad y autonomía del yo vs sometimiento por adicción) y, a la par, disolución de polaridades ¿equivaldría a una suerte de identidad escindida?

Un abordaje diacrónico puede colocar en perspectiva los términos del interrogante colaborando así a su más pertinente reformulación. El transcurso histórico de los procesos de mediatización revela contradicciones internas a todo lo largo de su despliegue que afecta los más diversos órdenes de la vida social. Aunque, en esta materia, “hablar de contradicciones es conceptualmente incorrecto: no está en juego el terreno lineal de la lógica, sino el campo complejo de las fluctuaciones” (Verón 2002:43) El desarrollo de las sociedades mediáticas “no es del orden lógico de la contradicción sino del orden complejo de la tensión entre fluidos que se desplazan. Todas las dimensiones de la mediatización están habitadas por este tipo de tensiones, y el mercado de consumo es su principal escenario” (Verón, 2002: 44) Esta abigarrada trama asociada a la movilidad de Bam estaría de este modo hilvanando una subjetividad fluida y lábil, que no opera escisiones sino que está transcurrida por oscilaciones y tránsitos complejos de alta inestabilidad.

3 El cuerpo

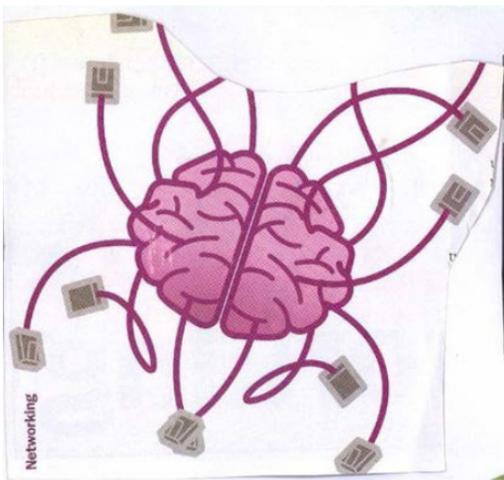
Una aclaración preliminar aportará precisión a las descripciones que siguen, dado que pocos conceptos como éste disparan tan amplio abanico de sentidos, valga para el caso recordar que el cuerpo de la medicina china no es el de la occidental, como tampoco es idéntico el de las distintas religiones. Dista entonces de estar dotado de auto-evidencia por cuanto no existe un cuerpo “en sí”, ingenuamente tomado como dado, objeto inmediato de indagación, sino que es el resultado de complejos procesos de semiotización y, por lo tanto, no puede ser descripto aisladamente de las diferentes prácticas discursivas y culturales que lo definen y moldean.

Tal enfoque no implica negar su existencia en tanto entidad material, sino más bien que, desde una perspectiva tributaria de Peirce, sólo resulta asible detectando cómo los cuerpos son discursivamente contruidos, a través de la semiosis. Así considerado deviene en una suerte de inalcanzable Objeto Dinámico, abordable a través de series de descripciones parciales, dependiendo del particular punto de vista o disciplina de abordaje que se decide adoptar (Violi, 2008).

Las representaciones del cuerpo, los modos con que se da a ver en la trama discursiva resultan ineludibles si, como ambiciona esta indagación, se acomete la descripción de subjetividades encarnadas y, por lo tan-

to, podría decirse situadas en un tiempo y lugar dados en su circulación por la semiosis social (lo contrario, la omisión de ese carácter, implicaría cierta cercanía con postulaciones de tipo esencialista y universalista, contrarias al enfoque socio-semiótico que se sigue en estas líneas) (Verón, 1993). Aquí, el dato situacional ineludible ancla en los procesos de mediatización, dado que la corporalidad contemporánea “sólo puede pensarse como un resultado que no es ajeno a su tránsito por los medios” (Traversa, 1997:15). Trayecto donde es dable advertir el carácter cambiante y fluido, que allí adquiere, y que está en la base de la figuraciones del cuerpo, concebidas como los modos de aludirlo (Traversa, 1997) que, en el caso que nos ocupa, se vinculan con la acción de Bam y la subjetividad a ella asociada y operan como fuerzas modelizadoras de una corporeidad que participa, en alguna medida, de la naturaleza de lo fluido, por cuanto discurre disolviendo la dicotomía hombre-máquina; en isomorfismo, entonces, con la subjetividad a la que corresponde, dado que, como ella, replica su labilidad y disipa contradicciones. Cuerpo material y virtual, on line, fundidos en una continuidad indivisa, por acción de la contigüidad metonímica internet-usuario generada por una conectividad permanente, indiferente a los desplazamientos y a los espacios.

Las imágenes que los entrevistados eligieron contribuirán a una mejor comprensión de lo expresado. Una de ellas (Figura 3) ofrece un cuerpo sinecdóquicamente figurado en un cerebro cuyas conexiones neuronales remiten metafóricamente a cables de conexión (que son insistencia, por otra parte, de la variante fija, del mismo modo en que en sus etapas liminares los automóviles propulsados mecánicamente mantenían, sin embargo, en su diseño el pescante para un caballo ausente); figura que se monta en la contigüidad usuario-dispositivo, anclada en la disociación uso-espacio que habilita la disponibilidad ininterrumpida de acceso a la red, y termina



promoviendo así una suerte de interioridad o intimidad entre ambos, ya que “vos estás conectado, como que tu propio cuerpo está on line todo el tiempo” según el discurso de la muestra.

La siguiente imagen (Figura 4) insiste metafóricamente en la movilidad: la sangre o circuito sanguíneo remiten a la fluidez de Bam y refuerza la identificación dispositivo-sujeto por cuanto compromete el cuerpo, metonímicamente expresado en lo que, podría decirse, más de

humano tiene, las manos, fundidas en un apretón que, a su vez, se torna en una metáfora que promueve connotaciones de calidez y emotividad, significaciones ausentes en el otro caso, de carácter más “cerebral”. La metaforización de la interiorización o confluencia cuerpo-dispositivo señalaría un tránsito discursivo, una diferencia (Verón 1993) entre condiciones de producción del pasado operantes en una discursividad que tradicionalmente construía barreras infranqueables entre lo que es de los hombres y lo que es de los medios; Un abrazo cálido sucedería al “frío e inhumano” contacto con la tecnología que, lejos de promover el aislamiento y la soledad, se tornaría de algún modo más humana, al posibilitar el contacto incesante con los otros.

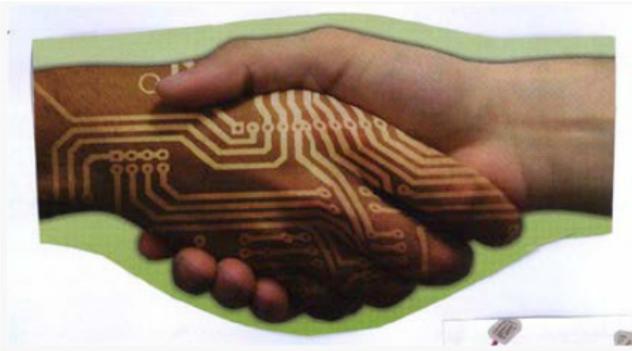


Figura 4

3.1 Recapitulación: Subjetividad, cuerpo y rupturas de escala

Como se advierte hasta aquí, no puede sortearse el análisis de la figuración del cuerpo cuando se indaga la constitución de la subjetividad porque es en él donde se dan los primeros procesos de pensamiento, además de la afectividad y la noción de espacialidad (Violi, 2008). Por su carácter móvil e ininterrumpido, Bam tiende a promover la vivencia y percepción del espacio como un continuum indiviso y, en términos del propio cuerpo, en contigüidad casi simbiótica con el dispositivo.

Podría estipularse que se estaría verificando, entonces, una ruptura que trastrueca la asociación de espacios y prácticas para desterritorializarlas y liberarlas de toda sujeción a lugares determinados; que engendra una subjetividad más lábil (en el sentido de escurridiza); que funda continuidades allí donde antes regían dicotomías irreconciliables entre cuerpo y máquina, entre espacios (los de la oficina en la calle, la ciudad en el campo), experiencias (solo y conectado) y vínculos (lo familiar, grupal, comunitario en lo individual), a la par que se movilizan temores y ansiedades (el descontrol y la adicción potencialmente movilizados por la conectividad ilimitada son el revés de trama de la libertad y la autonomía)

Si aspectos tan básicos de la modelización del sujeto están siendo reconfigurados al calor de Bam no es de extrañar la ambivalencia que lacu-

narmente irrumpía en el discurso de la muestra, y tendría entonces cierta pertinencia identificarla con el estremecimiento, propio de los fenómenos de ruptura de escala advenidos con las nuevas tecnologías, que conjuga simultáneamente fascinación e inquietud por cuanto representan “el pasaje de un mundo a otro. Una ruptura de escala no es sobrecogedora en sí misma, lo es cuando está asociada al sentimiento de atravesar la frontera entre dos mundos” (Verón, 2002:34)

4 Dispositivo: textualidad en progreso, subjetividad y espacialidad encarnadas

Hasta aquí un estudio en reconocimiento de las significaciones de cuerpo, subjetividad y espacio de la conectividad móvil, pero la descripción de sus alcances en tanto dispositivo autónomo implica, al menos tal como aquí se lo entiende (Traversa, 2009), atender la escena completa, es decir, considerar además el otro polo comunicacional, la instancia de producción, para dar entrada al análisis vincular contrastivo entre las opciones móviles y fijas, verificando diferencias en sus modos de interpelar el cuerpo y construir los vínculos en cada caso.

Los señalamientos que se fueron desarrollando precedentemente se reagrupan entonces en esta sección por cuanto en las proposiciones de Traversa (2009), que aquí se retoman, la noción implica necesariamente la dimensión de la materialidad del sentido, que en este caso lleva a analizar los modos de hacerse presente la espacialidad y la corporalidad en los escenarios comunicacionales.

A diferencia de la opción tradicional, Bam opera una suerte de circunscripción de prácticas y experiencias que, por su mediación, se restringen a las de carácter más individual y a las ancladas en el mundo del deber y sus afanes, sean estos usualmente los del trabajo o el estudio. Como se ha dicho, la movilidad llevaría a la configuración de una subjetividad, menos escindida, donde tendería a disiparse la división espacial de la experiencia entre diferentes prácticas ubicadas en territorios distintos.

Si a la propiedad móvil se suma lo portable de los equipos de telefonía o computación es posible constatar modos diferenciales de participación del cuerpo y sus vínculos, tanto con el artefacto (por la relación de fuerte intimidad e interioridad entrañada en la simbólica dilución de la polaridad cuerpo- máquina), como con el espacio, que empieza a percibirse como un continuum dinámico por la desterritorialización de la experiencia, el espacio de flujos de la sociedad de la información que plantea Castells (2000). Se promueve así una suerte de textualidad sobre la marcha, en estrecha relación con la confluencia y simultaneidad de experiencias habitualmente referidas a lugares discontinuos, que terminan fundidos en la vivencia de una escena común, dada la posibilidad latente de compartirla al momento de su ocurrencia (en el desplazamiento de un trayecto, Bam permite invo-

lucrar al otro - situado en cualquier lugar - en el escenario o situación que está en progreso a miles de kilómetros de distancia de él)

Esta textualidad procesual asignada a la instancia productiva se corresponde, en definitiva, con la singularidad de este dispositivo, cuyo reconocimiento ancla en caracteres particulares que definen una corporalidad más integrada con el soporte o artefacto, y en relación de mayor interioridad y personalización, si se lo compara con el más convencional o clásico. En ese eje opositivo se advierte la atenuación de las cesuras espaciales, como contrapartida a la vivencia de un espacio indiviso que deja de segmentarse según prácticas (el espacio de la oficina discontinuo del espacio del ocio, por ejemplo), más bien individualizadas de una subjetividad lábil y fluente, que tiende a discurrir entre dicotomías irreductibles hasta el momento.

El análisis hasta aquí ha descrito el modo en que una entidad diferenciable como Bam supone un vínculo particular con los sujetos e Internet en su conjunto. El contraste entre variantes posibles (la estándar y la móvil) en términos de dispositivo ha conducido a la detección de modalidades singulares en la producción de sentido: la relación con el cuerpo, el espacio y sus repercusiones en términos de configuración de sujeto y textualidades no son del todo coincidentes; los procesos vinculares a que dan lugar una y otra alternativa distan de ser equiparables, aún cuando su encastre podría potencialmente promover asimilaciones. El tratamiento de fenómenos homólogos arroja que no es inusual la aparición de sistemas de encajes (Traversa 2001, 2009) entre dispositivos de un mismo entorno o producto mediático. En las revistas -uno de los casos de referencia de este trabajo- la tapa y el interior definen horizontes de expectativas y formas de producción de sentido diferenciadas. De igual modo ocurre con la televisión o el cine dado que, en sus consumos ficcionales narrativos, no son lo mismo que en sus usos técnicos, en laboratorios o en empleos de seguridad y vigilancia (Traversa 2009).

Para finalizar, conviene advertir que los trazos tajantes y rotundos resultan más bien un efecto del abordaje contrastivo de la descripción, que dista de reclamar para sí certezas definitivas en razón de dos motivos. Por una parte, la naturaleza acotada de la investigación, de donde surgen los datos aquí considerados, incide en su provisionalidad y, por el otro, el momento particular de su análisis[3], que congela el tramo más reciente y liminar de la circulación social de Bam. Es sabido que el terreno de los medios es el de la imprevisibilidad, sobre todo en la instancia de su emergencia cuando están todavía plenos de potencialidades que no terminan de cristalizarse en una orientación definida o en una forma estabilizada.

También por esos motivos nada aquí es relato de ganadores y perdedores, ni autoriza a declarar la muerte o decadencia la opción más clásica, como tampoco antagonismo o triunfo de WiFi sobre Bam, o a la

inversa. La historia de los medios muestra trayectorias complementarias entre ellos “por eso terminan mezclándose en dispositivos ‘multimedia’” (Verón 2002: 42), especialmente los que se caracterizan por fenómenos de convergencia, dada su pertenencia a una clase particular de dispositivo, la que habilita vínculos paradójales (Traversa, 2009), condición muchas veces escamoteada si se insiste en enfoques evolucionistas y lineales del transcurso y desarrollo de los medios en la sociedad.

Notas

- [1] Jóvenes de entre 25 a 35 años, varones y mujeres de estratos medios altos, todos ellos usuarios intensivos de Internet
[2] Entrevistas intensivas, grupos focales y relevamiento etnográfico
[3] El estudio sobre público fue realizado en mayo de 2009

Bibliografía

- Bauman, Z (2003)** Modernidad líquida. México: Fondo de Cultura Económica _ (nd) The self in a consumer society Obtenido el 13 de julio de 2009 de http://www.virginia.edu/iasc/HHR_Archives/Identity/
_ (2001) Consuming Life. London: Sage Publications
- Castells, M (2000)** The rise of network society. The information age: economy, society and culture. New Jersey: Wiley-Blackwell
- Featherstone, M (2009)** Ubiquitous Media: An Introduction. Consultado el 18 de agosto de 2009 The TCS Centre, Nottingham Trent University: <http://tcs.sagepub.com>
- Holy, L (1984)** Theory, Methodology and Research Process. En Ellen, R.F. (Comp), Ethnographic Research. A Guide of General Conduct (p. 13-34). London Academic Press
- Semprini, A (1995)** El marketing de la marca. Una aproximación semiótica. Barcelona: Paidós
- Traversa, O (1997)** Cuerpos de papel. Barcelona: Gedisa
_ (2009) “Por qué y cómo estudiar las tapas de las revistas: el papel de la noción de Dispositivo”, en Figuraciones 5. Buenos Aires. ATCA-IUNA.
_ (2009) “Dispositivo y enunciación: en torno a sus modos de articularse”, en Actas del VI Congreso Internacional Chileno de Semiótica, Universidad de Concepción, Concepción.
- Verón, E (2002)** Efectos de agenda II. Espacios mentales. Barcelona: Gedisa
_ (1993) La semiosis social. Barcelona: Gedisa
- Violi, P (2008)** Beyond the body: towards a full embodied semiosis En R.M. Frank, R. Dirven, T. Ziemke y E. Bernárdez (Eds.), Body, Language, and Mind: Sociocultural situatedness (pp 53-76). New York: Mouton de Gruyter

María Silvina Tatavitto

Profesora en Letras (UNNE). Se desempeña como docente e investigadora en el Instituto Universitario Nacional del Arte y en la carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Ha publicado trabajos inscriptos en los desarrollos semióticos aplicados a los medios masivos. silvintata@yahoo.com.ar

Otra vuelta de leva a la noción de operaciones

María Elena Bitonte

El recorrido que propongo tiene el objetivo de explorar una aproximación que concilia la capacidad empírica para el abordaje de materiales concretos y la capacidad formal para describirlos a partir de un modelo que, a diferencia de los derivados de lógica y la lingüística tradicionales (consagrados gracias a la implantación de métodos descriptivos y clasificatorios) se ocupa de las condiciones de empleo del lenguaje.

El propósito de este trabajo es, entonces, tratar de hilvanar algunos puntos de una teoría notablemente original y que asombrosamente no ha tenido la merecida difusión en Argentina, considerando que Antoine Culioli es uno de los nombres más importantes de la lingüística del siglo XX e inspirador de una generación de reconocidos lingüistas, semiólogos, lógicos, psicólogos, antropólogos e investigadores de múltiples campos.

Palabras clave: operaciones, invariancia, representación, referenciación, regulación

Another cam turn to the notion of operations

The course I propose has the goal to explore an approximation which harmonizes the empirical capacity to deal with concrete materials and the formal capacity to describe them from a model which, oppositely to the derivated ones from traditional Logic and Linguistics (consacred thanks to implantation of descriptive and classificatory models) deals with the conditions of the use of language.

The purpose of this paper is, then, to try to baste some points of a notably original theory that amazingly has not had its deserved diffusion in Argentina, considering that Antoine Culioli is one of the main names of XXth century's Linguistics and the inspirator of a generation of well-known linguists, semiologists, logicists, psychologists, anthropologists and researchers in multiple fields.

Palabras clave: operations, unvariancy, representation, referenciation, regulation

1. Nota preliminar

En un artículo anterior (Bitonte, 2009) me referí a la noción de *operaciones*, destacando las ventajas de su instrumentación para el estudio del lenguaje verbal y no verbal. Entonces, si bien aludí a la teoría de la

enunciación Antoine Culioli, la mención había sido tangencial, como para situar un antecedente epistemológico de algunas de las aproximaciones teóricas que iba a tomar como objeto (las de Eliseo Verón y Sophie Fisher). En cuanto a Nelson Goodman, otro de los autores que abordé en el mencionado trabajo, el interés de su inclusión residía en que formaba parte del vasto conjunto de modelos teóricos que trataron de dar cuenta de la relación entre pensamiento, lenguaje y experiencia[2]. En esta ocasión, voy a hacer un ejercicio inverso, es decir, voy a partir de la Teoría de las Operaciones Enunciativas (T.O.E.) de Antoine Culioli que, al relacionar lenguaje, modos de funcionamiento cognitivo y producción social del sentido, permite articular el estudio del lenguaje con sus condiciones de producción y reconocimiento. Esto me permitirá dar cuenta de hasta qué punto la noción de operación, siendo el eje organizativo del modelo de Culioli, se convirtió en uno de los fundamentos teóricos de primer orden en la producción de los semiólogos Eliseo Verón y Sophie Fisher.

2. El hombre

Antoine Culioli nació en 1924 en Marsella, donde realizó sus estudios básicos. Proveniente de una familia humilde de origen corso, cursó el bachillerato en Marsella y se inició en el estudio del inglés, lo que le permitió empezar a defenderse laboralmente. Luego obtuvo una beca en L'École Normale Supérieure, institución creada para la instrucción pública durante la Primera República Francesa donde, hasta hoy, sigue dictando sus cursos. La aprobación del concurso le acreditaba, automáticamente, un sueldo, lo que le permitió costear sus estudios de lingüística. Se especializó en la filología de las lenguas germánicas y luego de su agregación, obtuvo un puesto fijo como profesor de inglés.

Con una formación muy amplia en filosofía, lógica, psicoanálisis y antropología, su labor incluyó una producción teórica inmensa, un trabajo docente infatigable y además, la fundación de varios organismos de enseñanza especializados: es co-fundador de la Universidad Paris VII (1969); fundador en la misma universidad, del Département de Recherches Linguistiques (1972) y fundador del laboratorio de lingüística formal del CNRS (1976), donde se desempeñó hasta 1991. En 2002 obtuvo el título de Doctor Honoris Causa de la Universidad de Lausanne y en 2010, el de la Universidad de Atenas.

Entre sus principales libros, se pueden mencionar: 1990, *Pour une linguistique de l'énonciation. Opérations et représentations, tome I*, Paris, «HLD», OPRYS; 1999, *Pour une linguistique de l'énonciation: formalisation et opérations de repérage, tome II*, Paris, «HLD», OPHRYS; 1999, *Pour une linguistique de l'énonciation, tome III: Domaine notionnel*, Paris, «HLD», OPHRYS; 2005, *Variations sur la rationalité*, Cahiers de l'ILSL, Hors-série, juin. En colaboración: 2002, *Variations sur la lin-*

guistique, Entretiens avec Frédéric Fau, Préface et notes de Michel Viel, Klincksieck; 2005, Antoine Culioli- Claudine Normand, *Onze rencontres sur le langage et les langues*, Paris, «HLD», OPHRYS. Y recientemente editado en Argentina: 2010, *Escritos*, Buenos Aires, Santiago Arcos.

3. El campo de cultivo de la T.O.E. en Francia

La época de formación de Antoine Culioli coincidió con un momento de fulgor estructuralista en la universidad francesa, cuyo responsable máximo en lingüística era André Martinet, director de estudios en la Escuela Práctica de Altos Estudios y de la cátedra de Lingüística General en La Sorbona entre las décadas del '40 y del '60. En el ámbito universitario había mucha desconfianza hacia la innovación, no obstante, existían reductos donde se desempeñaban los lingüistas que propugnaban algún tipo de renovación (germanistas, hispanistas y anglicistas como Culioli). Estos lugares se fueron convirtiendo poco a poco, en espacios de resistencia. Así, a mediados de los años '60, se conformó un movimiento del que participaron numerosos intelectuales, que confrontó a esa lingüística que había logrado su hegemonía a fuerza de ejercer un análisis ilusoriamente científico y sesgadamente funcionalista, dejando a cargo de otras disciplinas aquello que iba echando bajo la alfombra.

Fue entonces cuando, a través de una serie de encuentros más o menos formales y de la publicación de artículos especializados -cuyos órganos de divulgación eran principalmente, las revistas *Langages* y *Communications*- estos intelectuales desplazados del sistema oficial de enseñanza (entre los que se contaban, entre otros, Benveniste, Ducrot, Pecheux, Barthes, Metz, Greimas, Genette, Bourdieu, Bresson, Grize y el propio Culioli) comenzaron a diseñar nuevos encuadres sobre los estudios del discurso[3].

En ese escenario se abrió el juego a toda una serie de nociones -sin las cuales hoy no podríamos imaginar el análisis del discurso, como *discurso*, *interacción*, *diálogo*, *anáfora*, *enunciación*, *modalización*, *preconstruidos*, la misma noción de *noción* -marca registrada de Antoine Culioli- entre otras que caracterizaron el viraje de las ciencias del lenguaje y que conformaron el nudo de problemas que hoy ocupan no sólo a la lingüística sino también a la semiótica y al análisis de los discursos sociales.

En medio de esta proliferación viral de “cuerpos extraños”, surge el BCG. En el prólogo a los *Escritos* de Antoine Culioli, Sophie Fisher, recuerda el ya legendario seminario dictado entre 1965 y 1968 en l' École Pratique de Hautes Études. El curso tomó ese nombre atípico, no de la vacuna contra la tuberculosis sino de las iniciales de quienes lo dictaban: François Bresson (psicoanalista, estudioso de los procesos cognitivos del lenguaje)[4], Antoine Culioli (lingüista) y Jean Blaize Grize (lógico y matemático suizo, promotor de la lógica natural)[5]. El seminario sirvió para

ampliar el campo de los estudios del lenguaje hacia una interdisciplina que integró los dominios cognitivo, lingüístico y social.

4. La teoría y el método

Los modelos teóricos crean un lenguaje que permite referir su objeto, ofreciendo los elementos formales y metodológicos que construyen la articulación entre sus propios sistemas de representación y la experiencia. Al hacerlo, crean mundos posibles o, en términos de Culioli (2010, p. 45) “La teoría hace aparecer fenómenos”[6]. De manera que, toda vez que nos enfrentamos con un modelo teórico podemos, con todo derecho, interrogarlo acerca de la relación entre su metalenguaje y los fenómenos que describe (o inventa). En este sentido, la teoría de Antoine Culioli no se incomoda frente a la pregunta por la relación entre lenguaje y mundo porque, desde su perspectiva, no hay adentro y afuera del lenguaje: se parte del estudio del lenguaje para reestablecer la *relación recíproca con el mundo* (cfr. Fisher, 1999:54).

Como queda dicho, la T.O.E. está centrada en las operaciones de producción de sentido. Una frase que define bien el propósito de esta aproximación es: “A lo largo de este desarrollo, quisiera hacer aparecer detrás de la marca textual, un juego de operaciones completas por medio de consideraciones metalingüísticas tan poco técnicas como sea posible” (Culioli, “Je veux!”, citado por Franckel, Jean-Jacques, 2005, “Forme”).

De esta manera, en tanto que la actividad del lenguaje es concebida como el resultado de una serie de operaciones enunciativas, el trabajo del analista consiste en reconstruirla a través de las huellas que estas dejan en las superficies discursivas. ¿Cómo procede el análisis? La T.O.E. no trabaja sobre ejemplos fabricados artificialmente, fuera de la situación interlocutiva real, sino sobre *ocurrencias*, es decir, sobre observables concretos[7]. Estas ocurrencias del lenguaje natural son un insumo fundamental sobre el que Culioli desarrolla no sólo su producción escrita sino también la reflexión en sus cursos, donde sus cuadernos de notas y las intervenciones de estudiosos provenientes de distintas partes del mundo y de distintas especialidades aportan la materia prima de su especulación.

Así, dada una ocurrencia, se procede a un análisis contrastivo con sus distintas posibilidades de aparición. Supongamos, para tomar un ejemplo aportado por Franckel (2005): *una visita formal, una visita de cortesía, una visita de pura forma, una visita que de tal no tiene sino el nombre*, etc.). La ocurrencia nos hace ver que aunque una idea se establezca de determinado modo, la misma hubiera podido dar lugar a múltiples posibilidades de concreción. El principio que rige el modelo es la proliferación, la generatividad del lenguaje, con su *deformabilidad y estabilidad* inherentes (Culioli, 2010: 109-117). Principio, este, interesante para observar la construcción de los objetos de discurso, tal como se puede ver en el

siguiente caso relevado por Eliseo Verón, en el que da cuenta de variadas expresiones que usaron diversos diarios nacionales para designar la crisis financiera internacional en el 2008:

“crisis económica global”, “derrumbe”, “terremoto”, “al borde del colapso”, “tormenta”, “debacle”, “incendio”, “tembladeral”, “nubes oscuras”, “huracán”, “deudas tóxicas”, “turbulencias”, “entidades hundidas en el pantano”, “honda expansiva”, “tsunami”, “parálisis de los vasos capilares del sistema”, “jornada aciaga”, “hundirse sin remedio”[8].

Lo que se obtiene con este procedimiento, es un *corpus*, es decir, un campo de fenómenos posibles al que se denomina “problema”. Este conjunto exhibe algunas propiedades de las operaciones de referenciación visibles en las designaciones que usaron los medios de comunicación de la época. Como se ve, todas las ocurrencias tienen en común el hecho de nombrar la crisis económica como si fuera un fenómeno climatológico. Con esto se constata una operación de naturalización de la crisis, que emerge como algo imposible de pronosticar o como una especie de castigo divino, pero sobre todo, sin responsables. Los discursos de la crisis son - según el análisis que hace Verón- síntoma de otro discurso: aquellos que circularon tres años antes, en ocasión de la catástrofe del Huracán Katrina (Nueva Orleans, 2005), cuando, tampoco el gobierno de George Bush mostraba una política proactiva. Corolario: el problema sólo se revela como tal en la inter-discursividad. Dicho esto, continuemos este breve paseo exploratorio, visitando algunos otros parajes de la T.O.E.

5. Invariancia

La primera noción a la que propongo asomarnos es la de *invariancia*. Variación e invariante son conceptos metodológicos claves del programa de investigación de Culioli. Pero a diferencia del programa estructuralista, que procede por un mecanismo de búsqueda de regularidades en la lengua, la originalidad de la concepción culioliana es que lo invariante no es constante. Lo invariante varía o, como dice Sarah de Vogüé, “es lo que está condenado a variar” (2005, p. 311). El aoristo, el plural, la negación, la pasivización no son lo mismo en todas las lenguas, no hay una correspondencia exacta para cada una en otra lengua y justamente, la recomendación es no limar las diferencias sino, al contrario, maximizar su descripción. Podríamos decir que este, más que la manía de un filólogo de formación, es el gesto propio de quien sigue un paradigma indiciario. Su pregunta de partida es ¿qué es lo común en la diversidad de los lenguajes y que permite si no la traducibilidad, por lo menos un marco de entendimiento mutuo? Culioli es un políglota que no se dedica al estudio de la lengua sino de *las lenguas*. Esa condición, probablemente, le permitió indagar las operaciones del lenguaje a través de la diversidad de las lenguas naturales

y reparar en el hecho de que cada lengua maneja sus estándares de estabilidad y variación. Nótese hasta qué punto esta premisa dejó su impronta en una de las principales recomendaciones metodológicas de la Teoría de los Discursos Sociales: la búsqueda de “disparidades invariantes” que se nos revela en el análisis contrastivo del corpus, como se puede ver en el siguiente planteo:

“... ¿qué relaciones describir, cómo describirlas y por qué? (...) no se puede describir todo (...) Junto a la unidad que acabamos de considerar abordaremos otra, cuyas condiciones productivas se postulan como diferentes de la primera y que nos servirá como “revelador”: me refiero a las disparidades interdiscursivas sistemáticas que hacen *visibles* las propiedades que es necesario examinar” (Verón, 2004: 128).

La noción de invariancia deja ver que más allá de la diversidad de las lenguas, en definitiva, todas tienen en común la misma actividad: la producción de sentido. Este proceso se realiza a través de operaciones de representación, referenciación y regulación de las relaciones intersubjetivas. El desarrollo de estas operaciones se puede describir según tres niveles, como se verá en el siguiente apartado.

6. Los tres niveles de representación / referenciación / regulación de las relaciones intersubjetivas

Tal como lo afirma Verón en su *Postfacio* a los *Escritos*, el objeto de Culioli no es ni la lengua ni el habla sino “la actividad del lenguaje”. En clara ruptura con la tradición saussureana, dicho concepto “dibuja un campo dinámico que puede insertarse clara y adecuadamente en la problemática actual sobre la cognición. El pensamiento de Culioli no es un pensamiento de los términos sino de las relaciones, como lo fueron el de Peirce en la semiótica, el de Lévi-Strauss y el de Bateson en antropología, el de Goffman en la microsociología” (Verón, 2010: 233). De este modo, Verón sitúa el interés de la T.O.E. en los sistemas de signos que no son únicamente lingüísticos sino que dependen, de hecho, de lo cognitivo. Con esto, abre un campo que permite ocuparse de cómo el sujeto conoce a través de procesos-bisagra entre lo lingüístico y lo extra-lingüístico. El analista se enfrenta a estos procesos, que se organizan según tres niveles de descripción: primitivo, predicativo y enunciativo. Estos tres estratos corresponden a operaciones de representación, referenciación y regulación de las relaciones intersubjetivas, las que se desarrollan en distintos planos, todos inestables, con puntos de anudamiento y puntos de fuga:

El nivel 1, de representaciones mentales, es un nivel pre-teórico y pre-assertivo. Es un dominio no del todo conciente, en parte cognitivo y en parte afectivo. Compromete al pensamiento pero también, a los sentimientos, las emociones y la imaginación. Aquí se establecen las llamadas *relaciones primitivas*, es decir, las cosas que ponemos en co-

mún a partir de índices histórico-antropológicos. No tenemos acceso a este nivel sino a través de las marcas que deja en el nivel 2.

El nivel 2, de representaciones lingüísticas, es un nivel empírico donde se dan las configuraciones discursivas, los marcadores. Encontramos aquí las huellas de las operaciones que nos resultaban inaccesibles en el nivel 1. Culioli sugiere que si bien no hay relación término a término entre niveles 1 y 2, es *esperable* que partiendo del nivel 2 se pueda re-construir –aunque parcialmente– el nivel 1. De esto resultan las cuestiones de sinonimia, homonimia y metáfora, vinculados a las múltiples maneras de enunciar.

El nivel 3, de representaciones metalingüísticas, ya es un nivel teórico, donde se construyen las reglas explicativas. La finalidad del metalenguaje es poder tener un modelo aplicable a casos comparables.

Los tres niveles descriptos pueden ser cotejados con las categorías de Primeridad, Secundidad y Terceridad de Peirce ya que estas nociones se adscriben también, a un sistema que depende de operaciones cognitivas:

“A muchos años de distancia, el eco de Peirce sigue resonando (...) La esperanza es que el nivel 3 esté en una relación de adecuación (correspondencia) con el nivel 2, tal que, por vía de esta relación explícita entre 2 y 3, podemos simular la correspondencia entre 1 y 2”[9]. “¿Será casual esta construcción de dos tríadas, situadas en dos planos distintos y encastrada una en otra? Sin duda, no. Estas dos tríadas pueden, sin grandes dificultades, ser articulada a las tres categorías de Peirce” (Verón, 2010: 234-235).

Ahora bien, dado que entre el nivel 2 (lo que se dice) y el nivel 1 (lo que se “quiere decir”) hay un hiato, nunca sabemos si decimos exactamente lo que queremos decir. Siempre se puede decir de otro modo (Vogüe, 2005: 309). Pero, más allá de las transformaciones que se puedan dar, lo cierto es que el nivel 2 está sometido a las constricciones del nivel 1, que lo configura. La decisión teórica de partir de un nivel previo (las “relaciones primitivas”) que se hace visible en la “superficie” y que supone re-construir reglas implica una elección metodológica que consiste en situarse en la perspectiva de una gramática de producción. En palabras de Vignaux:

“... (Culioli) eligió como método partir de un nivel que sería “el más profundo”, bautizado como *relaciones primitivas*, para remontar luego hacia la superficie. Eso significa construir por este mismo rumbo, reglas que no se darán sino después como sintáctico-semánticas y por esa misma razón, situarse en la perspectiva de una *gramática de producción* y no del simple *reconocimiento* de los agenciamientos de la lengua” (Vignaux, 2005: 569).

Así, el método permite observar agenciamientos en la superficie discursiva (frases) para remitirlas a un esquema primitivo e inversamente, a partir de ese esquema, volver a la superficie para derivar familias parafrásticas (Vignaux, 2005: 569). Con esto nos asomamos a una acción metodológica primordial: la construcción de familias parafrásticas.

7. La paráfrasis

La plasticidad constituye una de las mayores capacidades empíricas del lenguaje, como se ve en la paráfrasis (Vogüé, 2005: 309). Culioli hace de esta propiedad uno de los principios rectores de su método. Tomemos un ejemplo de familia parafrástica aportado por el propio Culioli (2010: 54 y ss.):

¿Por qué no vamos al cine?

¿Y si fuéramos al cine?

¿Por qué no ir al cine?

No vayamos al cine.

¿Cuántas maneras hay de decir *ir al cine*? Ya habíamos reparado antes en el hecho de que la apertura de una familia parafrástica ofrecía la ventaja metodológica de hacer “aparecer” el problema. Ahora, la pregunta -más teórica- es ¿por qué podemos poner juntos todos esos enunciados? ¿qué tienen en común? Lo que permite *esquematizar* todas las combinaciones posibles es una operación de predicación que sólo es posible gracias a un *esquema primitivo* llamado *esquema de lexis* (Vignaux, 2005: 570). Es por este rodeo como llegamos a la siguiente noción.

8. La lexis

La noción de *lexis* sirve para dar cuenta de eso que tienen en común todos los enunciados del conjunto. La *lexis* puede definirse como una matriz generadora de formas parafrásticas. Culioli la define como una “forma organizadora, generadora de relaciones predicativas” (2010: 56). De este modo el esquema puede resultar: *perro persigue gato, gato es perseguido por perro, perseguir perro a gato*, etc. Tal como lo entienden Fisher y Verón, “La *lexis* puede concebirse como una matriz de estatuto complejo, a medio camino entre lo nocional y lo que es vehiculizado por las constricciones lexicales: las operaciones de modalización actuarán sobre la *lexis* de manera de producir un objeto lingüístico atestiguable” (1999: 186).

Podría decirse que la *lexis* es la forma que adopta un enunciado antes de que tenga una enunciación concreta. Es la posibilidad de que un enunciado acontezca. Un “incorporal” (comparable al *lekton* de los estoicos), un objeto abstracto, previo, común a un conjunto de enunciados posibles. Pero la pregunta es ¿qué es lo que hace que estos agenciamientos se realicen

entre elementos compatibles? Para responder en términos de Fisher (1999: 37), lo que preside toda puesta en relación son las nociones. Es decir que será pertinente toda transformación que se ajuste al dominio nocional. Por ejemplo, si un médico dice a otro:

Tenés un paciente en la sala 3.

Es perfectamente aceptable. Aunque difícilmente diría:

Tenés un dolor en la sala 3.

No obstante, es posible que ambos se entiendan si uno dice al otro:

Tenés un abdomen agudo en la sala 3.

La lexis nos provee de un paquete de relaciones posibles y para cada una, un dominio nocional donde el sentido se acota. Concreto/abstracto, animado/inanimado, determinado/indeterminado, activo/pasivo, interior/exterior, sólido/líquido, etc. son muy disímiles en cada cultura, en cada campo disciplinar, en cada contexto discursivo. Por ejemplo, para las culturas primitivas que animizaban la naturaleza resultaba aceptable decir “el ombligo de la tierra”, “el sol extiende su cabellera”, etc., sin que esto supusiera un distanciamiento poético de la lengua común. Con esto incluían a la tierra y al sol en el dominio nocional de los seres animados. Continuamos haciendo lo mismo cuando decimos “rascacielos”, “cuello de botella”, “ojo de cerradura”, etc. Nos introducimos ahora en la madre de todas las nociones: la noción de noción.

9. La noción

Tal como la define Fisher, la noción es “la expresión lingüística de un dominio de sentido” (1999: 36). Pero a diferencia del concepto (científico, estabilizado, fijo), la noción no está dada previamente, está siempre en refacción y no se corresponde directamente con ítems léxicos. Las nociones no pueden confundirse con etiquetas que se aplican a los objetos sino que son producto de un conjunto de procesos lingüísticos, psicológicos, antropológicos, lógicos, entre otros. En este sentido, Culioli considera a la noción, un “haz de propiedades físico-culturales que aprehendemos a través de nuestra actividad enunciativa de producción y comprensión de enunciados” (Culioli, 2010: 121). El proceso que culmina con la aprehensión de una noción puede describirse en tres etapas: 1) la posibilidad de que algo exista, 2) su designación a través de un enunciado y 3) su captación por parte del sujeto. Por ejemplo, en

Aquí tienes tu reloj. [Violà ta montre]

1º) Hay un espacio-tiempo donde algo ha aparecido: no había un reloj, ahora puede haberlo: “en ‘*aquí tienes tu reloj*’ inmediatamente construi-

mos una situación donde hay dos personas que están frente a frente, o una junto a otra, da igual, pero que tienen la posibilidad de compartir cierta percepción” (Culioli, 2010: 56-57).

2º) La existencia del objeto se indica a través de un enunciado. Esto supone una operación de designación. En este contexto, ambos interlocutores saben de lo que se trata: “Y al decir esto, ya quiere decir que sabemos lo que es ‘*reloj*’” (Culioli, 2010: 57). Lo mismo sucede con cualquier otro objeto: una “crisis”, un “derrumbe”, un “colapso”, “un abdomen agudo”.

3º) Su captación está sujeta al ajuste entre sujetos: “Y por último, con “*aquí tienes*” se quiere decir ‘aquí está [el reloj]’” (Culioli, 2010: 57). Notemos la diferencia con este otro caso: “¿*Dónde está mi reloj?*”. Mientras el primer enunciado construía un contexto en el que ambos interlocutores estaban frente al objeto, el segundo “remite a un lugar que no es, esta vez, el lugar que uno comparte, el lugar donde uno está al decir esto” (Culioli, 2010: 56). La capacidad semiótica del lenguaje nos permite referir a través de un sustituto (verbal o de otro tipo) un objeto que puede estar o no estar allí.

Esto nos muestra que entre la posibilidad de que algo exista, su designación a través de un enunciado y su captación por parte de los sujetos, hay una operación cognitiva de abstracción, es decir, la reducción de una serie de regularidades que permiten conceptualizar el fenómeno (por ejemplo “la zorridad”). La noción implica, precisamente, el pasaje de una representación mental incorpórea a una operación que permite referir. Por lo tanto, cuando alguien señala un objeto, por ejemplo, “*¡Mirá un zorro!*” está realizando todo un conjunto de operaciones complejas: por un lado, remite a cierta situación empírica; llama la atención del interlocutor sobre ese fenómeno; advierte la aparición de algo que antes no estaba; colocó a una especie animal dentro de una clase (abstracción) (Culioli, 2010: 58) [10].

Para resumir, hablar de noción supone establecer relaciones entre elementos que se pueden conjuntar bajo determinadas condiciones. Esto no podría reducirse, sin más, a una unidad lexical. En este sentido, la noción de noción habilita la relación entre una representación abstracta y el objeto, seleccionando de todo el conjunto de propiedades posibles aquellas que en determinada situación resultan pertinentes.

10. Dominio nocional

Los dominios nocionales son parte esencial de la actividad simbólica, metafórica y del ajuste intersubjetivo. Dichos procesos entre sujetos que intercambian y negocian sus representaciones dejan marcas en los enunciados, asociadas a ciertos efectos de sentido:

“Lo que puede en efecto, distinguir o bien, reunir estas propiedades marcadas en tanto relaciones enunciativas, es que estas ‘se enlazan’ siempre a *dominios*, los que van a tener efectivamente, el estatuto de *lugares híbridos*, tomando prestado ya sea de la cultura, la opinión común o la experiencia del mundo pero siempre, aquello que hace autenticantes las propiedades en cuestión. Estos dominios son nuestros ‘recursos’ de la categorización de los objetos y de los fenómenos del mundo” (Vignaux, 1995: 575).

Culioli describe los dominios nocionales en términos topológicos, como espacios abiertos con un interior y un exterior, con un centro y una frontera. Esto se puede graficar del siguiente modo:



Cuadro 1

Las ocurrencias de la noción se construyen por referencia a un centro atractor. El atractor es un punto de concentración, un centro de referencia o término de comparación del dominio (Culioli, 1990:64). Corresponde a lo que podríamos llamar, una ocurrencia típica. Esto es lo que permite a los co-enunciadores realizar distintas operaciones de localización (alejarse/aproximarse del centro a la frontera de los dominios). Este movimiento abre el juego a un abanico de propiedades que establecen así, valores referenciales a partir de los que el sujeto autentifica, en su enunciación, la identidad de un fenómeno.

Un ejemplo característico, aportado por François Bresson, es el de los colores: “todo el mundo estará de acuerdo con el hecho de que tal objeto es rojo y, para nombrar los otros objetos rojos, se lo hará por referencia a este objeto rojo típico y ahí podrá haber variaciones: hay quienes dirán *rojo* y otros que dirán *no rojo* (...) Se procede de lo general a lo particular: se identifica un singular por referencia a un general. No se trata de construir un general por referencia a un particular” (en Culioli, 1990: 65). Así, a partir del “rojo” típico, acordado como referencia, se pueden plantear las gradaciones (rojo oscuro, bordeaux, púrpura, rosado, etc.)

Según esta topología, la construcción de un dominio nocional traza un recorrido a través de las propiedades que van a ser tomadas en cuenta y las que no. En ese plano, el complementario de rojo no es no-rojo sino lo que se ubica en su frontera. El interior establece el dominio desde un *centro organizador*. Dicho *punto de referencia* permitirá tanto la operación de identificación, con relación a una idea abstracta del objeto, como la operación complementaria, de diferenciación, cuando se produce el desplazamiento hacia otras propiedades. La imagen que ilustra este movimiento es la de un cursor que dibuja un recorrido por un gradiente hasta detenerse en una significación particular (Vignaux, 1995: 579).

Este proceso va a vascular el pasaje gradual de una zona hacia otras, siempre *inestables* o *deformables* (Vignaux, 1995: 578). Se trata de un trabajo sistemático de localizaciones “en cascada” que dependen siempre de la alteridad. Esta cascada de determinaciones se puede traducir en términos de operaciones de *cuantificación* (Qnt) y *cualificación* (Qlf), visibles en el simple juego de marcadores usuales como los artículos definidos e indefinidos, adjetivos demostrativos y posesivos (*un gato, el gato, ese gato, mi gato*). El recorrido sobre el dominio implica también operaciones de *extracción*, es decir, tomar un elemento o una porción, del conjunto (*Las vacas mugen; hay una vaca que muge; uno de los niños llora*) y de *flechaje*, cuando la operación de extracción se vuelve más precisa (*el gato es un animal de compañía; la televisión transforma las costumbres*). La encarnación de la noción es la ocurrencia o enunciado, con todo lo que estos suponen de gradación y de ajuste intersubjetivo. Así llegamos al problema del enunciado y la enunciación.

11. Enunciado / Enunciación

En la T.O.E., las unidades de análisis no son las palabras o los morfemas sino los enunciados. “Un enunciado –dice Culioli– es un acontecimiento que ajusta las representaciones de un hablante a las de un interlocutor por medio de una huella que lo materializa” (Culioli, 2010: 121). Sin duda, la T.O.E. retoma dos pilares fundamentales de la teoría tradicional de la enunciación, ya presentes en Émile Benveniste: a) *el aspecto indicial del lenguaje* y b) *el problema de la referencia*. Pero el tratamiento que le da a estos problemas es muy diferente[11].

a) En cuanto al aspecto indicial del lenguaje, Benveniste fue sin duda, el primero en describir las marcas enunciativas (interlocutores, tiempo, espacio, modalidad), en términos de *instancias de discurso*. Culioli sigue dicha línea pero con muchos reparos. Una de las diferencias que separan a ambos lingüistas es que para Culioli, las marcas enunciativas no son meras marcas textuales, sino antes bien, huellas de operaciones físico-culturales y cognitivas: “El enunciado es una configuración de marcadores que son a su vez huella de operaciones, es decir que es la materialización de fenó-

menos mentales a los cuales no tenemos acceso y de los que nosotros los lingüistas sólo podemos dar una representación metalingüística, es decir, abstracta” (2010: 24).

b) En relación con el problema de la referencia, es decir, de la capacidad de un enunciado de remitir a otra cosa que no es él mismo, Benveniste lo plantea pero no alcanza a resolverlo. La cuestión queda reducida en 1969 en “Semiología de la lengua”, a la oposición entre dos modos distintos de significación: lo semiótico y lo semántico, donde el polo semiótico es el dominio del signo lingüístico, regido por las oposiciones binarias de la lengua, y el polo semántico, el dominio del enunciado, del discurso. Es precisamente en este último donde aparecen el locutor y su mundo (el referente). Esto llevó a algunos estudiosos a pensar que Culioli prosiguió un proyecto que Benveniste había trazado y no pudo continuar. Sin embargo, Culioli nunca aprobó el aislamiento de lo semántico porque esto suponía reducir el estudio del proceso de significación al estudio de la lengua, en consonancia con el proyecto saussureano. Por lo demás Culioli nunca planteó la relación del sujeto con la lengua como un acto de apropiación. Lo que le interesa es la relación cognoscitiva del sujeto con el mundo a través de las lenguas (Cfr. de Vogüé, 1992). Por eso la actividad de enunciación y las operaciones de referenciación van unidas.

Culioli entiende la enunciación como una actividad que le permite a un individuo “construirse” en su contexto y a la vez, crear dominios de sentido en la interacción. Así lo entiende también Sophie Fisher: «Por referenciación, entendemos una operación propia del sujeto hablante que hace de todo acto de lenguaje un modo privilegiado de su práctica social” (1999: 20). Es decir que en el momento en que un sujeto asume (toma a cargo) el discurso, a través de las operaciones de localización y de referenciación, va a convertir la relación predicativa inicial (*lexis*) en una relación enunciativa. Los términos de la *lexis* se ordenan, como vimos, en una relación predicativa situada en el enunciado. Diferentes determinaciones (la situación empírica, los preconstruidos discursivos, etc.) acotan el abanico de ocurrencias. Así, en tanto que no se trata ya de señalar un referente objetivo, “afuera” de la enunciación, el problema de la referenciación está asociado al problema de la verdad, no en los términos en que lo planteaba la lógica formal sino en términos de operaciones de validación. Entonces, dado que un mismo enunciado puede ser verdadero o falso en distintos contextos, la cuestión no es cuál enunciado es verdadero o falso sino a través de qué operaciones se valida (cfr. Fisher, 1999). Consideremos los enunciados que siguen. Todos ellos, aunque contrarios o contradictorios, tuvieron sentido y fueron verdaderos en diferentes circunstancias:



Figura 1

Afiche callejero de la campaña de Daniel Filmus por la gobernación de la Ciudad de Buenos Aires (2007)

De modo similar, enunciados con igual contenido proposicional, adquieren diferentes valoraciones, en distintos marcos enunciativos:

Mi voto es positivo / Mi voto es negativo / Mi voto no es positivo[13]



Figura 2

Aunque parecen decir lo mismo (*dictum*), estos enunciados no son equivalentes (*modus*). Esto que nos lleva, sin duda al escenario de las modalidades.

12. Las modalidades

A la hora de plantear el problema de la validación y los valores de verdad nos preguntamos, con Fisher (1999: 25) ¿Se puede aislar lo que se dice (el enunciado) del *modo* en que se da (enunciación)? El *dictum* (*do-nante*) corresponde al nivel de lo que Culioli denominó *lexis* y constituye el nudo a partir del cual se organizarán los sistemas enunciativos (*datos*), los materiales concretos sobre los que se realiza el trabajo de análisis (Fisher, 1999: 37). Esto demuestra que *dictum* y *modus* no se pueden dar el uno sin el otro. Son co-principios de la enunciación. Culioli sistematiza su abordaje de las modalidades distinguiendo cuatro tipos básicos:

Modalidades 1: En este grupo se encuentran la aserción (afirmativa o negativa), la interrogación y la exclamación. Son importantísimas a este respecto, a las operaciones de tematización (tema-rhema):

Viajé con Juan

¿Con quién viajaste?

Con Juan, viajé.

Modalidades 2: Corresponden en términos generales a las modalidades lógicas de lo necesario, lo eventual y lo probable o casi seguro:

Sin duda que viajé con Juan.

Puede ser que viaje con Juan.

Creo que viajo con Juan.

Modalidades 3: Son aquellas en las que aparece la dimensión apreciativa o afectiva centrada en el sujeto enunciadore (enunciados auto-centrados):

Sería formidable viajar con Juan.

Modalidades 4: Marcan la relación inter-sujetos (co-enunciación). Ego y Alter (enunciador y co-enunciador) están situados en un mismo espacio-tiempo. Las modalidades 4 se orientan a un co-enunciador que se postula *co-presente*. El ejemplo típico es la conminación:

¡Atención, no vayas a viajar con Juan!

El problema es que, salvo en el caso de ejemplos *ad-hoc*, como los anteriores, las cosas no resultan tan simples. Volvemos a la problemática de

la referenciación y de las condiciones que permiten afirmar que una aserción P es verdadera, necesaria, posible, ponderable, etc. Las operaciones de validación dependen de los sujetos y se plasman sobre las ocurrencias concretas del lenguaje que difícilmente puedan reducirse a parámetros estables. Esta plasticidad del lenguaje podría describirse en la co-enunciación, como un movimiento circular y envolvente, similar al de una leva.

La leva es un instrumento que puede modificar el recorrido de una trayectoria. El círculo que dibuja es regular pero asimétrico porque desde el punto de partida al de llegada hay un salto para re-comenzar la vuelta. La leva es, justamente, el mecanismo que mejor ilustra, según Culioli (1970, 1985, 2000) la dinámica de los ajustes que se dan en la enunciación cuando enunciados que en primera instancia corresponden a una determinada modalidad, envuelven en su enunciación a otras. Tomemos estos ejemplos que corresponden a una secuencia de afiches callejeros de Carlos Menem, durante la campaña presidencial 2003:

¿Con quién tuviste estabilidad?

¿Con quién pudiste viajar?

¿Con quién tuviste tu primer teléfono celular?

¿Con quién pudiste comprar a crédito?

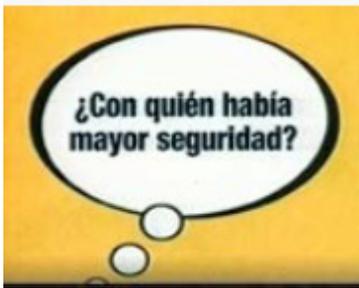


Figura 3

La interrogación (Modalidad 1), como cualquier otro enunciado lingüístico, apela a un co-enunciador que no necesariamente está presente. Pero los del ejemplo no sólo interrogan sino que, en otra vuelta de leva, realizan verdaderas interpelaciones que activan procesos de co-enunciación donde *al tiempo que se formula la pregunta surge la respuesta* (Modalidad 4). En este movimiento, el valor de verdad de estos enunciados no descansa en uno solo sino que se da como asumido por ambos, enunciador y co-enunciador (cfr. Fisher y Verón 1999: 187-188). El poder de enunciados como estos –y de ahí el impacto que tuvo esa campaña de afiches– residió en la capacidad que tuvieron para suscitar, tanto en partidarios como en adversarios, la –incluso involuntaria y a veces temida– respuesta. No es

un dato menor que estos enunciados, además de los signos de interrogación (vestigios de su transposición de la oralidad), se ubican en globos de historieta, lo que los marca como parte de un diálogo.

El problema de la verdad-falsedad de los enunciados se ha planteado desde la lógica tradicional como un problema concerniente a la relación “objetiva” entre un juicio y el mundo (“adecuación”). Pero, como se puede ver, la problemática de la validación de lo discursivo es diferente de la atribución de un valor de verdad a una proposición: mientras este, en términos lógicos, apela a un sujeto racional abstracto y universalizable, la validación de un enunciado (o discurso) supone operaciones de validación por parte de sujetos. Culioli descarta el concepto de adecuación y desarrolla, como veremos enseguida, la noción de “ajuste”.

13. El ajuste

Confrontando a las perspectivas lineales de la comunicación, Culioli afirma que

“... la actividad del lenguaje no consiste en vehiculizar sentido, sino en producir y reconocer formas en tanto huellas de operaciones (de representación, referenciación y regulación). La significación no es, pues, vehiculizada sino (re)-construida. La relación entre producción y reconocimiento supone la capacidad de ajuste entre los sujetos” (Culioli, 2010: 88).

Así, desde un punto de vista enunciativo, un sujeto se dirige a otro marcando en el discurso, las diferentes formas de relación inter-sujetos, tal como queda planteado en su definición del enunciado: “un acontecimiento que ajusta las representaciones de un hablante a las de un interlocutor por medio de una huella que lo materializa” (Culioli, 2010: 121). Ahora bien, teniendo en cuenta la asimetría constitutiva de dicha relación[14], ajuste “no significa comunicación exitosa” (Culioli, 2010: 40). La deformabilidad y estabilidad inherentes al lenguaje se sintetizan en la trans-individualidad, en los diferentes procesos de ajuste inter-subjetivo. “Entonces siempre hay un ajuste de las representaciones: ahí donde yo digo de alguien que es paciente, usted en cambio dirá que es apático” (Culioli, 2010:64) y esto lo lleva a postular la comprensión como “un caso particular del malentendido” (2010:26). Pero para cerrar, volvamos al elemento axial de la teoría de Antoine Culioli, la noción de operaciones.

14. Operaciones

Voy a usar la metáfora que Sophie Fisher, en su Introducción a los *Escritos*, toma del propio Culioli: el arco y la flecha. Arco y flecha forman parte de un mismo dispositivo. Los elementos que lo componen pueden describirse como un disparador u operador (el arco), un operando (el blanco) y una relación (*flechaje*)[15]. Desde un punto de vista topológico, una

flecha traza un recorrido, une dos puntos a través de una trayectoria. Una operación es, entonces, un flechaje: siempre conecta dos puntos, lo que permite reconstruir las condiciones de producción y reconocimiento de un enunciado a partir de la *lexis* de donde deriva. Ahora bien, dado que estas operaciones no son visibles sino a través de sus huellas en superficie, el análisis de dichas huellas constituye la clave que permite reconstruir el proceso de producción.

“Cuando se analizan los discursos se describen operaciones”. Así comienza la entrada de diccionario de la noción de *operación* en el “Diccionario de lugares no comunes” de Eliseo Verón (2004: 51-53), donde la noción de operaciones adquiere una impronta declaradamente culioliana. Allí, Verón explica que una superficie discursiva está compuesta por marcas que refieren a operaciones subyacentes, las cuales se vinculan con las condiciones de producción del discurso. Tomemos en consideración el título que aporta el propio Verón como ejemplo:

Veinte años después

Esta ocurrencia, puede analizarse como un operador complejo asociado a tres operaciones diferentes:

a) Un flechaje *hacia delante* lo describe, en tanto título, como un anticipo del texto que está por venir. En este sentido el análisis podría orientarse a la búsqueda de relaciones posibles entre el título y el texto que designa (descriptiva, alusiva, irónica, etc.).

b) Un flechaje *hacia atrás*, motivado en este caso, por el adverbio temporal “después”, marcador que señala una relación anafórica respecto de un acontecimiento que sucedió antes.

c) Un “efecto de reconocimiento” que consiste en la evocación, por parte del título, de una novela del mismo nombre escrita por Alejandro Dumas.

d) Como se puede ver a través de este ejemplo, una misma marca puede estar asociada a varias operaciones al mismo tiempo. Culioli nos brinda numerosos ejemplos donde estudia un conjunto de operaciones fundamentales, las cuales parten del mismo operador, por ejemplo, (Culioli, 2010: 125-126):

¿Qué libro? (¿Cuál? No se sabe qué tipo de ocurrencia es)

¿Qué libro? (Ninguno. Pone en duda la existencia de la ocurrencia)

¡Qué libro! (Bueno, malo. Sitúa la ocurrencia en una escala de valor)

De este modo, se advierte que el pasaje de la *lexis* a la enunciación

efectiva no implica la sustitución de un término por otro sino un esquema aplicativo donde se identifican un operador, un operando y una relación (cfr. Desclés, 1995). Así, a partir de una ocurrencia, el analista puede reconstruir la lexis de donde deriva o su *gramática*, es decir, la relación del discurso con “su otredad” (Verón, 1988).

Para terminar, la noción de operaciones resulta un concepto metodológico que permite al analista observar las relaciones entre marcadores como producto de operaciones semióticas. Luego, siguiendo a Fisher (1999), instala la discusión en torno al modo de ser, conocer y actuar de un sujeto, en el dominio del discurso. Es esta la perspectiva materialista que alentó las propuestas de la Teoría de la enunciación de Sophie Fisher y de la Teoría de los discursos sociales de Eliseo Verón, quienes supieron llevarla al campo de la socio-semiótica y al análisis del discurso.

Notas

[1] Este artículo forma parte de lo expuesto en ocasión de la I Jornada “Antoine Culioli En El Iuna: La Teoría de las Operaciones Enunciativas”, organizadas por Oscar Traversa, el 5 de junio de 2010.

[2] Su teoría fundamenta dicha relación a través de la noción de *mundos posibles*. De manera que todos los autores aludidos (Verón, Fisher y Culioli, así como también Goodman) comparten el interés por describir la producción de sentido en términos de un proceso que da cuenta de los modos de referir. La diferencia entre sus propuestas reside en que para los tres primeros son imprescindibles las relaciones Ego-Alter en las operaciones de representación y referenciación. Este es uno de los legados de la teoría de Culioli, para quien la relación inter-sujetos es condición fundamental de la enunciación. Así, si bien la idea de “maneras de hacer mundos” (Goodman, Nelson (1978), *Maneras de hacer mundos*, Madrid: Visor, 1990) supone una descripción de las maneras u operaciones de construcción de la referencia a través del lenguaje, sus fundamentos epistemológicos son distintos a los de Culioli. Sin desconocer la relevancia de la Teoría de los Mundos Posibles de Nelson Goodman, es preciso señalar que el vínculo inter-sujetos no interviene en el modo en que él entiende los modos de representación ya que sólo considera la relación cognoscitiva entre el hombre y el mundo.

[3] Por aquellos años, Benveniste dictaba lingüística en una pequeña sección de l' EPHE y había escrito sobre la gramática de la lengua de Osetia mostrándola como una ancestra proveniente del indoeuropeo hasta que, tras la publicación, en 1966, de *Problemas de lingüística general*, sus aulas se volvieron multitudinarias.

[4] Director del laboratorio de psicología cognitiva y psicolingüística de l' EPHE (Sección VI, “Centre d'études des processus cognitifs et du langage”), donde se desarrollaba el BCG.

[5] Grize llegó a ser Rector de la Universidad de Neuchâtel. Es autor de *Logique et Langage*, Paris: OPHRYS (1990) y *Logique naturelle et communication*, Paris, PUF (1996), lamentablemente, aún no traducidos al castellano.

[6] ... y en concordancia con Saussure: “Lejos de que el objeto preceda al punto de vista, diríamos que es el punto de vista lo que crea el objeto” (CLG, Ed.Losada, 1979, p. 49) y con Benveniste: “creemos poder alcanzar directamente el hecho de lengua como una realidad objetiva. La verdad es que no lo captamos sino desde determinado punto de vista, que hay que empezar por definir”, (PLG I, p. 39). Y también, “Podemos concebir palabras sin un mundo, pero no podemos concebir un mundo carente de palabras o de otros símbolos” (Goodman, 1990: 24).

[7] “... una ocurrencia –dice Culioli– es un acontecimiento enunciativo que delimita una porción de espacio/tiempo especificada mediante la propiedad P. A la inversa, la propiedad P está inserta en un texto gracias a un juego de determinaciones que le da un estatuto de ocurrencia (mención del diccionario, título, miembro de un enunciado). Esta última puede ser objeto de una regulación intersubjetiva: *Los fantasmas sólo existen en tu imaginación...; hablas de P, pero yo no estoy de cuerdo en llamarlo así...*” (Culioli, 2010: 121).

[8] El texto fue publicado en una nota en el diario Perfil, el 28 de Septiembre de 2008.

[9] Culioli, 2010: 83.

[10] La descripción de este tipo de procesos exige un esfuerzo prodigioso, tal como locuazmente lo expresa Culioli: "... esto se vuelve enseguida casi ridículo, además cuando uno llega a tener que decir todo esto. En tanto que, hay que admitirlo, es mucho mejor no decirlo. Porque apenas uno escucha a alguien aplastar bajo tal rodillo compresor verbal las situaciones que nos parecen más elementales, tenemos la impresión de que la persona frente a nosotros tiene un discurso casi patológico a fuerza de precisión obsesiva" (2010: 58-59).

[11] No voy a extenderme ahora sobre este asunto, salvo unas pocas puntualizaciones. Para ampliar la información se puede consultar Culioli, 2010, Cap. 1, "Variaciones sobre la lingüística" y cap. 10, "Teoría del lenguaje y teoría de las lenguas" y de Vogüé, Sarah, 1992, "Culioli après Benveniste: énonciation, langage, intégration", en *Linx* N° 26.

[12] En 2007, el Frente para la Victoria, durante la campaña de su candidato a la jefatura de gobierno porteño, Daniel Filmus, sostuvo el slogan "Mauricio es Macri". El enunciado, que sonaba como una advertencia, sin duda era verdadero ya que se refería al nombre y apellido del principal opositor, Mauricio Macri. Pero el apellido cargaba con una connotación negativa. En efecto, el padre de Mauricio, Francisco Macri, el más representativo de los empresarios que vio crecer exponencialmente su riqueza durante la década del noventa, se había convertido en el emblema del neoliberalismo festivo y la corrupción menemista. Atendiendo a esto, el enunciado "Mauricio no es Macri" cobraba validez, en tanto despegaba la figura del hijo de la imagen negativa del padre. En 2010, cuando Francisco se suma a las filas del kirchnerismo, Mauricio proclama: "Francisco es Macri", volviendo la situación al punto de inicio, pero cambiados los roles.

[13] "Mi voto no es positivo" fue la forma elegida por el Vicepresidente de la Nación Argentina, Julio Cobos, para expresar el voto contra la posición asumida por el mismo gobierno del cual formaba parte.

[14] Cfr. la noción de *desfase* de Verón (1988) 1993. La idea también es compatible con la teoría de la resonancia de Jean Blaize Grize (esquemización – re-esquemización).

[15] La descripción es compatible con la dinámica propia de los *espacios mentales* tanto en Fauconnier (*Déclencheur, cible, conector* pragmático en Fauconnier, 1984, *Espaces mentaux. Aspects de la construction du sens dans les langues naturelles*, Paris, Minuit) como en Veron (recorridos entre *operadores* y *operandos* correspondientes a los tres registros peirceanos de la significación, en Verón, 2002, *Efectos de agenda II. Espacios mentales*, Barcelona, Gedisa).

Bibliografía [↑]

A.A.V.V. *LENGUAJes* Año 2, N° 3, abril de 1976, Publicación de la Asociación Argentina de Semiótica, Ed. Nueva Visión

Benveniste, Émile [1966] (2007), *Problemas de lingüística general I*, México, Siglo XXI

Benveniste, Émile [1974] (2004), *Problemas de lingüística general II*, México, Siglo XXI

Bitonte, María Elena (2009), "Tres aportes a la noción de operaciones: Verón, Fisher, Goodman", en *Figuraciones* N° 6, Revista de teoría y crítica de arte (IUNA)

Culioli, Antoine (1970), "Apropos du traitement formel du langage", en A. Culioli, C.Fuchs, M.Pêcheux, *Considérations théoriques à propos du traitement formel du langage*, Documento del CLQ, n° 7

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

Culioli, Antoine (1990), *Pour une linguistique de l'énonciation. Opérations et représentations*, Paris, OPRYS

Culioli, Antoine (2010), *Escritos*, Buenos Aires, Santiago Arcos

Desclés, Jean Pierre (1995), "Schéma de lexis" en Bouscaren, Franckel y Robert (ed.), *Langues et langage. Problèmes et raisonnement en linguistique*

De Vogüé, Sarah (1992), "Culioli après Benveniste: énonciation, langage, intégration", en *Linx* N° 26

De Vogüé, Sarah (2005), "Invariancia culioliana", en *Un homme Dans le langage. Originalité, diversité, ouverture*, Actas del coloquio de Cerisy-la-Salle, junio de 2005, Paris, OPHRYS

Fisher, Sophie (1999) *Énonciation. Manières et territoires*, Paris: OPHRYS

Fisher, Sophie y Verón, Eliseo (1999), "Théorie de l'énonciation et discours sociaux" en Fisher, Sophie (1999)

- Franckel, Jean-Jacques** (2005) “Forme” en *Antoine Culioli, Un homme dans le langage*, Actes du colloque de Cerisy-la-Salle, juin 2005, Paris: OPHRYS
- Goodman, Nelson** [1978] (1990), *Maneras de hacer mundos*, Madrid: Visor
- Grize, Jean-Blaise** (1990) *Logique et Langage*, Paris: OPHRYS
- Peirce, Charles** (1987) *Obra lógico-semiótica*, Madrid: Taurus
- Verón, Eliseo** (1988), *La semiosis social*, Barcelona: Gedisa, 1993
- Verón, Eliseo** (2004), *Fragmentos de un tejido*, Barcelona-Buenos Aires: Gedisa
- Verón, Eliseo** (2010), *Postfacio* en Culioli: 2010
- Vignaux, Georges** (1995), “Entre linguistique et congnition: des problématiques de l’ énonciation a certains développements tirés de l’ oeuvre d’ Antoine Culioli” en Bouscaren, Franckel y Robert (ed.), *Langues et langage. Problèmes et raisonnement en linguistique*

María Elena Bitonte

es Licenciada en Letras y Magister en Comunicación y Cultura de la UBA Es docente e investigadora de la UBA y el IUNA. Es autora del libro *Notas. Monitoreo cualitativo de la campaña 2003* y ha publicado diversos artículos, traducciones y reseñas críticas para distintas publicaciones nacionales e internacionales, en el área de la semiótica y el análisis del discurso.

mariabitonte@hotmail.com

Remanencias epistemológicas en el mundo digital

Ignacio Sigal

Este trabajo tiene como objetivo inicial el de realizar un breve y parcial recorrido a lo largo de la corta historia de las páginas web. Se lo caracteriza así debido a que lo que mueve al análisis no es una descripción exhaustiva -características formales, contexto histórico de surgimiento, etc.- sino una observación parcial en función de sus propiedades conectivas. A partir de este recorrido y basando la argumentación en principios de la filosofía de la técnica -más precisamente, en conceptos de Norbert Wiener y Gilbert Simondon-, se pensarán las páginas web como parte integrante de un sistema de objetos técnicos que cumpliría con la función general de regular las actividades humanas.

Palabras clave: técnica, remanencia, Simondon, Wiener, epistemología

Epistemological remanence in the digital world.

The initial aim of this study is to make a small and biased travel along the short history of web pages. This route is characterized as biased because what drives the analysis is not an exhaustive description –formal characteristics, historical context of emergence, etc.- but a partial observation through their “connective” properties. From this route and basing the argument on principles of philosophy of technology - more precisely, on concepts of Norbert Wiener and Gilbert Simondon- the web pages will be thought as part of a system of technical objects, which would fulfill the general function of regulating human activities.

Palabras clave: technology, remanence, Simondon, Wiener, epistemology

1. Hipertextualidad

1.1. Offline

Las diferentes manifestaciones de la noción de hipertextualidad tienen una historia particular y significativa. Su espectro de usos ha llegado a oscilar entre disciplinas tan diversas como la filología y la programación. Ahora bien, esta distancia lejos de ser una casualidad demuestra el interés que un concepto como éste suscita en el mundo académico actual. De igual manera que lo que sucede con el concepto de posmodernidad, la noción de hipertextualidad toma relevancia en diversas áreas en la medida

en que se enfrenta con una problemática compartida y propia de este momento histórico.

Con la caída de los grandes paradigmas de pensamiento se produce un enorme viraje conceptual. Mientras que antes existía una preocupación por descubrir la forma en que un objeto, sujeto o concepto se relaciona con la verdad, ahora la preocupación radica en las formas de relación per se. Es, justamente, a esa cuestión hacia donde apunta la idea de hipertextualidad: al análisis específico de los contactos, de las relaciones.

En el ámbito de las ciencias sociales el referente ineludible del concepto es, sin dudas, Gerard Genette. En su libro *Palimpsestos. La literatura en segundo grado* (1982), el narratólogo francés utiliza la noción con el fin de caracterizar algunas formas de relación entre textos literarios. Sintetizando, ciertos textos B (hipertextos) remiten a textos previos A (hipotextos) a partir de una relación de transformación o imitación. Esta relación no solo establece un contacto sino también un orden y una direccionalidad. El texto B fue producido con posterioridad al texto A, por lo que este jamás podría ser su hipertexto[1].

Las posibilidades que brinda un concepto como el de Genette no son pocas. Le permite al analista especializado reconocer tanto influencias implícitas como referencias explícitas, al tiempo que le facilita al lego un mapa descriptivo- pedagógico de las relaciones literarias previstas y organizadas para él. Sin embargo, la aparición y actual masificación de los sitios web pone, de alguna manera, a prueba la productividad de la mencionada noción de Genette. Ontológicamente estos sitios se configuran a imagen y semejanza de sus antepasados offline -catálogos, bases de datos, enciclopedias o libros digitales. La característica más llamativa y novedosa de estos documentos radica en la utilización de enlaces -llamados hipervínculos- que permiten al lector recorrer la totalidad del documento.

Ahora bien, ¿qué diferencias existen entre las relaciones textuales que describe Genette y las que instituyen este tipo de hipertextos? Esencialmente una diferencia de orden. Los textos que tiene en cuenta Genette establecen relaciones que dependen de una direccionalidad atada a las restricciones que impone la temporalidad histórica [2]. Diferente es lo que sucede con las relaciones hipervinculares en el ámbito

1.2. Online

Con la inclusión de los documentos hipertextuales en una red de magnitudes mundiales (World Wide Web) se produce una nueva complejización. La conectividad que antes se encontraba limitada al universo particular y circunscrito de un grupo de documentos interconectados, ahora se amplía a las dimensiones de una red pública.

Es decir que a pesar de que se mantienen las características estructurales, la modificación de su emplazamiento cambia o resignifica dicha estructura. Por ejemplo, los documentos siguen estando organizados a partir de hipervínculos pero, ahora, estos pueden remitir a información presente en documentos externos. De esta manera, la primera de las limitaciones mencionada en el apartado anterior a propósito de los documentos offline, pierde validez. La suma de los hipervínculos de la red interna ya no determina las posibilidades de existencia ni de tránsito porque la noción misma de totalidad se ha visto modificada.

Tanto en los libros y enciclopedias digitales, como en los catálogos o bases de datos existía una mayor libertad de movimiento para el lector, pero también se percibía la existencia de un centro conceptual que determinaba cada una de sus partes. Es este núcleo central el que desaparece como tal a partir de la inserción en la web. Allí siguen subsistiendo agrupaciones identitarias, pero ellas ya no serán las que determinen el Todo. Lo que antes se erigía como el sistema total de la red privada ahora pasa a ser la unidad constitutiva de una instancia que la supera: la red pública. Haciendo una comparación con la astronomía, podría decirse que este movimiento establece la revolución copernicana de la informática. Si el descubrimiento de la órbita alrededor del sol promovía el hallazgo de un nuevo centro del universo, el emplazamiento de los documentos offline en la web produce un efecto similar. En ambos casos se pasa de un universo circunscrito y determinado en sus partes a otro infinito y descentrado.

Para describir este nuevo panorama resulta útil valerse del concepto de heterotopía que describe Michel Foucault en su prefacio a *Las palabras y las cosas* (2011). Allí —a propósito de un cuento de Borges— Foucault describe lo heteróclito como una dimensión en la que “(...) las cosas están ahí “acostadas”, “puestas”, “dispuestas” en sitios a tal punto diferentes que es imposible encontrarles un lugar de acogimiento, definir más allá de unas y de otras un lugar común.” (Foucault, 2011:11)

Si bien no lo hace explícito —de hecho no vuelve a mencionar el término en todo el libro—, la función de un concepto como éste en el discurso de Foucault radica en su oposición a la idea de episteme. Una episteme o campo epistemológico es el lugar del cual emanan las formas de concebir la realidad en un determinado momento histórico. De manera aún más sintética, pero manteniendo los términos foucaultianos, sería como una tabla de identidades que establece las formas en que se deben percibir y describir los elementos de la realidad. El sustrato que mantiene unidas las palabras y las cosas.

En la primera época de la web —a pesar de que puedan encontrarse remanencias epistémicas en el universo de cada sitio particular[4]—, la nueva estructura total corresponde mayormente a lo descrito como lo heteróclito.

Un espacio indeterminado en el que cada sitio se encuentra dispuesto sin una organización común. ¿Esto quiere decir que en internet la movilidad entre los distintos sitios y el acceso a la información es totalmente indeterminada? Para nada. De hecho, para adelantarse a los ansiosos, se puede afirmar que la indeterminación total es imposible. Siempre nos ponemos en contacto con la información a partir de alguna forma de mediación. Simplemente es necesaria una búsqueda “arqueológica” para descubrir, en cada momento, cuáles son los parámetros que organizan esa relación entre conceptos y objetos de la realidad cotidiana.

En esta instancia previa a la aparición de los motores de búsqueda, las formas de acceso a la información de un sitio pueden ser: 1) estática: a partir de una dirección web (<http://www...>), o 2) dinámica: a través de un hipervínculo dentro de un sitio. La primera de ellas es intrascendente para los objetivos de este trabajo ya que, prácticamente, no difiere de las costumbres previas. Se sabe que la información está contenida en un determinado lugar, se consiguen los datos precisos de cómo acceder a él y se ingresa. Nada diferente de lo que podría pasar en una biblioteca. Es la segunda forma, la cual funcionó como principal vía de acceso por mucho tiempo, la que reviste mayor interés para este trabajo.

El tránsito en una red que se conecta con hipervínculos de sitio a sitio depende, necesariamente, de las relaciones particulares entre ellos. Para usar un ejemplo simple: debido a sus rivalidades comerciales -y, amablemente, dejando de lado las diferencias políticas e ideológicas- resultaría imposible ir del sitio del diario Clarín al de Pagina/12 sin pasar antes por un sitio intermedio. Es decir que, en esta instancia, cada sitio puede limitar o estimular la conectividad, determinando las posibilidades de lectura en función de sus principios identitarios.

Pasando en limpio lo descrito hasta el momento, lo que puede observarse en esta evolución histórica es un claro proceso de resistencia al cambio. En contraste con las características e intereses del nuevo orden técnico -representado por la creación de internet-, la presencia de estos elementos remanentes hace evidente la necesidad de mantener vivas ciertas costumbres y funcionamientos propios de una forma técnico- cognitivo anterior.

2. El fin de las grandes organizaciones

Continuando con la referencia a la obra de Foucault, y habiendo mencionado el concepto de episteme -propio de la primera parte de su obra-, resulta productivo compararlo con su noción de dispositivo -característica de una etapa posterior. Esta comparación permite exhibir una serie de diferencias que manifiestan, en el ámbito de la teoría, la transición antes mencionada a propósito de internet

La importancia del paso de la noción de episteme a la de dispositivo no radica tanto en el resultado de sus análisis históricos, como en la forma de posicionarse frente a ellos. A partir del surgimiento de la última, Foucault ya no se pregunta acerca de las teorías implícitas que se encuentran detrás de sus objetos de estudio, ni de las implicancias morales o ideológicas que los acompañan, sino que su atención se encuentra en el análisis específico de un mecanismo, de una serie de relaciones. No pretende explicar los motivos ni las fuentes de un fenómeno sino, únicamente, su forma positiva de funcionamiento (Sigal, 2010).

Una modificación similar se da en el universo web a partir de la aparición de los motores de búsqueda. La creación de una herramienta como ésta busca solucionar a la dificultad de hallar la información en un universo dispuesto de forma heteróclita y su funcionamiento consiste en el armado de una gigantesca base de datos, recolectados a partir de la totalidad de las páginas web particulares. Con la incorporación de estos buscadores, la relación del sujeto con la información web se modifica radicalmente. Desde su aparición, la información ya no se encuentra atrapada en el corset conceptual que le impone la identidad de cada sitio, sino que se hace posible un contacto más directo entre cada página particular y el usuario. Es decir que, mientras los sitios web configuran un organismo cerrado de hipervínculos, los buscadores borran ciertas instancias de mediación significativa entre el usuario y la información que ellos persiguen.

Al igual que lo planteado a propósito de la obra de Foucault, podría decirse que la diferencia entre estos dos formatos es una diferencia de sustancia -si en el mundo digital puede hablarse de sustancia. Ya que mientras en los sitios web tradicionales existe un objeto con una forma y límites específicos, en los buscadores se encuentra solo un mecanismo, una herramienta.

Sin embargo, tampoco estos mecanismos escaparon a la resistencia al cambio de la que se hablaba al final del apartado anterior. Una pequeña revisión histórica permite recordar que en un comienzo los buscadores trabajaban a partir de índices temáticos. Es decir que a cada página se le asignaba una categoría que le permitiría al usuario ubicar o delimitar, dentro del universo amorfo de la web, las páginas que tratan sobre ciertos temas. Este formato no solo determinaba de manera decisiva a la búsqueda a partir del uso de configuraciones conceptuales previas, sino que requería de una persona física que realizara dicha clasificación. A diferencia de esta modalidad, los motores de búsqueda por palabra clave se valen únicamente del significativo ingresado por el usuario, sin adscribirle significados sociales que los determinen. Por este motivo podría decirse que esta forma de búsqueda tiene un mayor grado de pureza en lo que atañe a la mediación significativa.

Ahora bien ¿constituyen estos mecanismos la meta de una relación completamente indeterminada? Los ansiosos fueron advertidos y lamentablemente volverán a ser defraudados. La descripción realizada a propósito de los buscadores es precisa y, sin embargo, mantiene en secreto el elemento nuclear de su mecanismo: el algoritmo de búsqueda.

Si bien es cierto que ahora el usuario puede prescindir de la organización estática de los sitios web, sería ingenuo pensar que el nuevo contacto surge sin mediaciones. Todo buscador funciona a partir de un algoritmo que constituye la base del mecanismo de búsqueda y que es configurado a partir de los criterios que cada programador considera adecuados. A partir de este procedimiento se determinan las relaciones entre las palabras claves ingresadas y la información devuelta por el sistema. Los buscadores también tienen su restricción y, aunque no lo veamos, el algoritmo guía todas nuestras búsquedas.

Tamaño privilegio dejado en manos de dicho algoritmo, junto con su desconocimiento y naturalización por parte de la mayoría de sus usuarios, genera una fuerte tentación a realizar una proclama candente y apocalíptica: ‘He aquí la fuente de una nueva episteme’. Después de todo, dichos buscadores han llegado a un nivel de control conceptual que les ha permitido asumir la función de corregir ortográfica y automáticamente las palabras que el usuario ingresa de manera “incorrecta”. No obstante, afirmar esto no solo va en contra de los presupuestos teóricos que subyacen a esta investigación sino que también deja de lado la importancia del carácter dinámico y el camino evolutivo que transitan estos objetos técnicos[5].

El algoritmo constituye la base y el límite de las posibilidades de búsqueda pero, a su vez, éste se encuentra en un proceso de mutación constante. Es por este motivo que los programadores de los motores de búsqueda se muestran siempre ávidos de recibir las sugerencias de los usuarios. Pese a las suspicacias que estos comportamientos pueden generar, dicha postura pareciera responder menos a una actitud demagógica que a una búsqueda de efectividad, característica de la competitividad del mundo empresarial moderno. Por otro lado, en contra de la idea paranoica antes mencionada, es importante tener en cuenta dos elementos de transmisión de poder al usuario: 1) los buscadores le permiten especificar y personalizar ciertos parámetros de búsqueda, y 2) la forma en que los algoritmos de búsqueda están programados se encuentra a disposición de cualquier usuario que quisiera consultarlos[6]. A fin de comprender las dimensiones de la incorporación de un elemento como éste, resulta útil valerse de una disciplina como la cibernética. Su pertinencia descansa en dos factores: 1) una similitud conceptual, y 2) una causalidad histórica.

2.1. Presupuestos conceptuales de la cibernética

Según Norbert Wiener, la cibernética debe su creación a los aportes provenientes de la física moderna. Parafraseando al autor se puede afirmar que, la diferencia epistemológica existente entre la física newtoniana y la cuántica, consiste en que mientras la primera trabaja con elementos que se refieren a un universo único y determinado en todas sus partes, la segunda plantea cuestiones que pueden encontrar soluciones en un número muy grande de universos similares.

En la física newtoniana las cosas forman parte de un universo dotado de una ley única, en el cual las distintas partes dependen del funcionamiento general del sistema y la totalidad del futuro dependerá, orgánicamente, de la del pasado. El aporte de la física cuántica consiste en dejar de lado esta noción de totalidad. No pensar en un universo único, sino en muchos universos -cada uno con reglas de configuración distintas- que pueden ser respuestas al fenómeno que se está estudiando. De esta forma, se traslada el interés de una mecánica general a una mecánica particular; de un organismo total a múltiples y pequeños procesos en funcionamiento.

Esta diferencia entre física newtoniana y cuántica, no solo puede encontrarse en cualquier libro de divulgación científica que contemple la aparición de la física moderna, sino que tampoco aporta demasiado a las propuestas filosóficas surgidas en el siglo XX y trabajadas ampliamente en el ámbito de la comunicación. Lo novedoso del uso que Wiener hace de estos conceptos surge de la concepción del mundo que emana de las leyes de la termodinámica y que el autor extrapola a una serie de disciplinas sociales [7].

La termodinámica es una rama de la física que describe los estados de equilibrio, de energía, de temperatura, de masa. El segundo principio de la termodinámica afirma que cuando, dentro de un sistema cerrado, un cuerpo interacciona con otro, la energía tiende a disminuir necesariamente al dividirse entre las partes. Esta disminución o pérdida de energía constituye la esencia de lo que fue llamado entropía. La entropía es una medida o magnitud física irreversible que aumenta en la medida en que disminuye la energía de los elementos.

La teoría social de Wiener usa como axioma la idea de que “el mundo en su totalidad obedece a la segunda ley de la termodinámica: la confusión aumenta y el orden disminuye.” (Wiener, 1969:35). Es decir que, dentro de cualquier sistema cerrado, el aumento de la entropía genera una tendencia general hacia el desorden, hacia el caos. Sin embargo, el científico estadounidense propone la información y su regulación como apertura del sistema, como una medida que logra oponerse a la irreversibilidad del crecimiento de la entropía.

Para Wiener, la información -concebida de manera amplia- es todo contenido que es objeto de intercambio con el mundo externo y que permite al ser humano mantener una estabilidad, una *homeostasis* tanto individual como social. A partir de esto y estableciendo analogías entre el cuerpo humano y las máquinas, el autor describe el funcionamiento de retroalimentación de la información –es decir, la toma de decisiones basándose en decisiones del pasado- como la forma que tienen las máquinas y los humanos de enfrentar la tendencia natural a la desorganización y al perecimiento. En el momento en que la información se actualiza, las reglas del sistema se modifican generando sistemas locales en los cuales puede encontrarse una entropía decreciente.

De esta forma -y retomando la oposición ya expuesta entre físicas clásicas y modernas-, para Wiener la vida toma fuerza donde no hay un sistema cerrado, donde no hay formas estables. Los organismos estáticos perecen, mientras que sobreviven los mecanismos capaces de adaptar su funcionamiento total.

2.2. Causalidades histórica

La influencia de Wiener en el ámbito científico difícilmente puede ser sobrevalorada. Desde la matemática a la sociología, pasando por la teoría de juegos y la psicología cognitiva, sus aportes han sido determinantes en un amplio espectro de estudios. Esto se debe -además del interés específico que suscitan sus propuestas- a una metodología de trabajo fuertemente interdisciplinaria. De hecho, pocos son los descubrimientos que Wiener se adjudica totalmente, ya que, en cada uno de los casos, el autor hace referencia a los aportes introducidos por colaboradores de otras disciplinas y que dan como resultado un producto “comunitario”. Asimismo, dicha metodología se muestra consistente con la naturaleza de sus propuestas conceptuales. Esto puede observarse, por ejemplo, en el hecho de que tanto el trabajo intelectual colaborativo, como la noción de retroalimentación -piedra angular de su teoría- funcionan a partir de un intercambio circular de información entre, al menos, dos partes.

Pese a la gran productividad científica de la obra de Wiener, fue en la informática donde su influencia resultó más directa. Ello se debió, principalmente, a la participación que el autor tuvo en la creación de las primeras computadoras y se exhibe, por ejemplo, en el hecho de que en la actualidad la palabra cibernética se encuentra ligada al uso de ellas -a pesar de que las implicancias de dicho concepto excedan ampliamente las dimensiones de este campo. Entonces, no es casual –sino más bien causal- que pueda identificarse la idea de retroalimentación en una serie de procesos característicos del mundo digital actual.

2.2.1. Actualización de los objetos técnicos (hardware)

Al hablar de objetos técnicos se tiene en cuenta un amplio grupo de elementos, que puede ir desde utensilios simples como un martillo o una cuña, hasta objetos más complejos como un dínamo o un motor de combustión interna. Dentro de este espectro pueden hallarse muchas diferencias, tanto estructurales como accesorias. Sin embargo, algo que todos ellos comparten es que cuentan con una funcionalidad preestablecida. Es decir que, a menos que se modifique alguno de sus componentes o que se los combine con otro objeto técnico, sus funciones serán siempre las previstas desde su producción.

Con la creación de máquinas tales como las puertas automáticas o los misiles teledirigidos -en las cuales, por cierto, Wiener tuvo una participación decisiva-, esta forma de funcionamiento comienza a cambiar. El mecanismo físico del objeto se ve modificado por la presencia de sensores que abren sus posibilidades de funcionamiento. Por ejemplo, en el caso de las puertas automáticas -uno de los objetos más simples en su género- la puerta se abrirá o se mantendrá cerrada en relación con la presencia física que perciba delante de ella. Este tipo de modificación instituye un cambio cualitativo en la historia de la evolución técnica debido a que, por primera vez, las acciones de los objetos no se encuentran prefijadas desde un comienzo y para siempre de forma circular sino que dependerán de un estímulo externo, de una entrada y salida de datos y de su procesamiento. Con el tiempo, estas formas de procesamiento de la información se han ido complejizando hasta constituir sistemas más robustos que han llegado a establecerse como la contraparte digital de la estructura física de estos objetos.

En la actualidad pueden hallarse casos en los que, ya desde el momento de la producción, se concibe la posibilidad de una actualización futura de las funciones. Un buen ejemplo de esto son ciertos reproductores caseros de DVD que se encuentran preparados para reproducir solo algunos formatos de video, música e imágenes. A pesar de esto, y previendo la aparición de nuevos formatos de reproducción, las empresas productoras los configuran para que sea posible la actualización de su firmware [8]. De esta forma, el objeto salido de fábrica es transformado en su naturaleza a partir de la inclusión de los nuevos formatos de reproducción, lo cual - como se verá más adelante a propósito de Gilbert Simondon- eleva su grado de tecnicidad.

2.2.2. Multiplicidad de la actualización (software de sistema)

A diferencia de lo expuesto sobre los reproductores de DVD, el interés que suscitan para este trabajo los sistemas operativos no radica en su capacidad de ser actualizados. De hecho, hace tiempo que dicha función se ha convertido en una herramienta standard de este tipo de software. En este

caso, las remanencias que se observan no responden a una forma conceptual que se resiste a desaparecer, sino más bien a un modo de producción económico que se encuentra en conflicto.

El sistema operativo es un software que gestiona el contacto con el hardware a partir de una interfaz gráfica, cómoda para el usuario. Esta comodidad consiste, por ejemplo, en la automatización y regulación de funciones complejas o en la transformación de códigos informáticos y lenguajes de programación en un formato visual. Así planteado podría decirse que, mantener ocultos ciertos procesos, constituye una de las funciones principales del sistema operativo. Sin embargo, este ocultamiento implica una ventaja para algunos y un pecado para otros.

Entre los distintos tipos de software de sistema que existen pueden hallarse muchas diferencias. Pero probablemente la más conflictiva es la que separa los sistemas operativos libres de los propietarios. Entre los últimos se encuentran los más conocidos y los más utilizados, Microsoft Windows y Mac OS y, del otro lado del ring, se erige su principal contrincante: Linux. El conflicto entre ambos consiste, esencialmente, en la apertura del código fuente [9]. Es decir, que mientras los sistemas propietarios ocultan el código que permite comprender su funcionamiento, los libres lo abren para que otros usuarios los estudien y, sobre todo, para que sean modificados produciendo nuevas distribuciones.

Así, la noción de actualización, de la que antes se hablaba toma otras dimensiones. Ya no se trata de un grupo de científicos trabajando en forma interdisciplinaria ni de una empresa que produce actualizaciones en forma periódica. Con la inclusión de estos códigos en internet la modalidad asumida por los sistemas operativos libres se hace de un ejército de producción que difícilmente pueda ser igualado por cualquier empresa. Cada uno con sus fines particulares, producen día a día nuevas distribuciones y nuevas actualizaciones en todas partes del mundo. Altruistas, especuladores, estudiantes y colaboradores confluyen de esta forma en un gran sistema de retroalimentación informática [10].

2.2.3. Atomización de las funciones (software de aplicación)

Esta forma de producción múltiple ha tenido ecos sobre otros tipos de software. Continuando el ascenso en la arquitectura de computadoras, puede encontrarse la instancia más próxima al usuario y la más distante del hardware: el software de aplicación. Este tipo de programas se diferencia del software de sistema no por una cuestión de naturaleza, sino por su funcionalidad. Mientras los sistemas operativos, los lenguajes de programación o las utilidades de mantenimiento realizan un trabajo que podría llamarse “metainformático”, el software de aplicación es creado y utilizado con fines que exceden el funcionamiento interno del equipo.

Ellos pueden tener orígenes muy diversos. Los más comunes son los programas creados con el fin de automatizar ciertas utilidades muy comunes, tales como la escritura (procesador de texto), la contabilidad (planillas de cálculo) o el tránsito por internet (navegadores web). Del otro lado de la standarización se encuentran los programas realizados a medida para una empresa específica. En estos casos, el interesado contrata a un programador al cual se lo instruye sobre el funcionamiento de la empresa y, a partir de estos datos, se moldea un programa que brinde soluciones informáticas a las necesidades de la compañía. Pese a las diferencias, en ambos casos se intenta dar respuesta a una unidad conflictiva (la escritura o una empresa) a partir de una serie de funciones automatizadas.

Fuera de esta forma de producción, puede descubrirse otra clase de programas. Programas mucho más simples y con ambiciones más humildes. Poseen la ventaja de no tener que rendirle cuentas a un comprador, ni a un cliente particular y es por eso que, generalmente, se trata de distribuciones freeware y realizadas por programadores independientes. La particularidad de este tipo de software radica en que, en vez de contemplar todas las necesidades dentro de un área de trabajo, se encargan de realizar una única acción.

En un comienzo este tipo de programas surgían para solucionar problemas específicos -cómo transformar un archivo .doc en .pdf- y evitar la compra de grandes suites corporativas que, entre otras cosas, realizaban esa acción. No obstante, ésta se presentaba como una práctica aislada que dependía de la aparición de un programador interesado en dar solución a esta necesidad (quizás, incluso, para utilizarla él mismo). En la actualidad dicha modalidad de desarrollo de software ha encontrado cierta forma de sistematización. Es el caso de gran parte de los programas producidos para los dispositivos portátiles de Apple -iPhone, iPod touch y iPad.

Según lo informado por la empresa, a lo largo de cuatro años fueron producidas 425.000 aplicaciones para esta clase de dispositivos. Esta cifra desproporcionada pareciera responder a que las funcionalidades previstas para ellos por la empresa no son las mismas que las concebidas para sus computadoras de escritorio, aunque las diferencias técnicas existentes entre ambas no sean tan amplias como para justificar dicha divergencia. Esta distinción pareciera encontrar su razón de ser en una forma distinta de proponer el contacto con el usuario, en un nuevo imaginario técnico.

Ya sea por una estrategia de diversificación para la venta o por una visión del futuro - posición profética que el dueño de Apple gustaba de ostentar-, lo cierto es que estos dispositivos adoptan un carácter accesorio en oposición a la totalización funcional con la que se identifica a las computadoras de escritorio. Entonces no resulta extraño que estos gadgets abran el camino para una producción sistemática de programas con funciones más

acotadas. Y es justamente esto lo que se observa en gran parte del software disponible en el App Store, mayor cantidad de programas con funciones cada vez más reducidas.

3. El orden técnico desde una nueva perspectiva

Este tipo de reflexiones activan automáticamente la antigua discusión acerca de las funciones sociales de los objetos técnicos. La famosa dicotomía planteada por Umberto Eco (2003) entre apocalípticos e integrados resulta un buen ejemplo de esta disputa, quizás anacrónica, pero pertinente para los planteos teóricos de Gilbert Simondon.

La obra del filósofo francés encuentra su motivación principal en una toma de conciencia sobre el sentido de los objetos técnicos, en oposición a una postura cultural que instituye la máquina como enemigo del hombre. Frente a este tipo de pensamientos apocalípticos, la integración en Simondon se manifiesta en diferentes niveles.

En primer lugar, al igual que los integrados de Eco pero dejando de lado cualquier tipo de ingenuidad acrítica, Simondon se muestra receptivo frente a las modificaciones socio-culturales generadas por los procesos técnicos emergentes. Esto se debe a que, lejos de pensar dichos procesos como elementos externos y nocivos, los considera como expresiones orgánicas del hombre, como la cristalización de la realidad humana en estructuras que funcionan.

No obstante, la integración como figura subyacente a la teoría de Simondon no agota sus posibilidades en esta forma de integración cultural. Excediendo los intereses de Eco y sus análisis acerca de la recepción social de las industrias culturales, la idea de integración es retomada a propósito de la descripción del funcionamiento intrínseco de los objetos técnicos y de su forma específica de evolución.

El autor describe el progreso en los objetos técnicos a partir de la cualidad sinérgica de las relaciones entre sus partes constitutivas. Esta forma de integración técnica hace prevalecer las acciones realizadas por estructuras asociadas en oposición al trabajo en función de partes cerradas, completas y autónomas.

Por último, y forzando levemente el término, Simondon entiende las relaciones entre los objetos técnicos y los seres humanos como una forma de integración social. Se permite imaginar una relación armoniosa entre hombres y máquinas, en la que ambos se acoplan con el objetivo de regular las actividades de su contraparte. Así, los objetos técnicos mediarían el contacto del hombre con la naturaleza, al tiempo que el ser humano se convierte en el medio asociado que regularía el funcionamiento de los conjuntos técnicos.

3.1. Remanencias culturales (integración cultural)

La filosofía de Gilbert Simondon se caracteriza por estar dotada de un nivel de abstracción poco común dentro de la filosofía moderna, el cual viene acompañado de una terminología cuya complejidad es solo equiparable a la consistencia de su edificio teórico. Pese a esto, resulta llamativo que una propuesta filosófica de dichas características encuentre su motivación principal en una cuestión esencialmente coyuntural.

En la introducción a su libro *El modo de existencia de los objetos técnicos* (2008), el autor menciona como una de las causas primeras de su estudio la necesidad de hacer frente la histórica aversión de la cultura por las técnicas. No es éste el lugar para realizar un recorrido histórico por las distintas manifestaciones de dicha reticencia [11]. Sin embargo, la restitución de algunas de las ideas de Simondon con respecto a esta problemática colabora para una mayor comprensión de su obra, al tiempo que echa luz sobre ciertos funcionamientos de la técnica en la actualidad.

La dificultad más importante que genera el temor frente a la técnica consiste en su expulsión del universo de las significaciones. A diferencia de otros objetos sociales - entre los cuales las obras de arte pueden tomarse como casos ejemplares-, los objetos técnicos son considerados únicamente por sus posibilidades de utilización, por los fines prácticos a los que se aplican. De esta forma, la complejidad y abstracción de la estructura técnica del objeto -así como del conjunto organizado de objetos que configuran un sistema signifiante- se reduce (traduce) al contacto específico que establecen con el hombre y sus necesidades.

Dicha concepción antropomórfica de la técnica se presenta, paradójicamente, a partir de dos ilusiones opuestas. Por un lado, la idea de la máquina como medio exclusivo para la realización de los fines del hombre ubica a la primera en situación de esclavitud. Por otro, hace años que la ciencia ficción ha instituido la idea de que, a partir de un incremento en las formas de automatización, las máquinas serían capaces de dominar al hombre y de gobernar al mundo.

Pese al carácter aparentemente contradictorio de estas concepciones es posible hallar una medida común. Ambas parten de una visión estática de la existencia de los seres técnicos. La clasificación de un ensamblaje de partes únicamente por la función social que cumple (motor, microscopio, televisor) implica un desconocimiento y reducción de sus potencialidades técnicas. De igual manera, todo automatismo, lejos de tender hacia un estado de perfección técnica, sacrifica nuevas formas posibles de funcionamiento por la obtención de un objetivo único y predeterminado.

Este estatismo como centro de un imaginario técnico remanente ubica el conflicto en términos temporales. Es decir, que la exis-

tencia de un fin específico al cual un objeto técnico subordina su funcionamiento implica siempre un tiempo anterior en el cual ese funcionamiento fue concebido como un todo cerrado. El movimiento esencial que produce Simondon consiste en ubicarse en una instancia temporal diferente, en un tiempo presente: abierto e indeterminado.

3.1.1. Especies vs. Estructuras abiertas

No resulta llamativo que Simondon haga uso de la noción de especie para marcar diferencias entre las visiones estáticas y dinámicas del funcionamiento del orden técnico. La noción de especie fue fundamentalmente productiva en el ámbito de las ciencias biológicas y, al igual que lo que sucede en la teoría de Simondon, las discusiones que se organizaron en torno a ella desde el siglo XVII estuvieron marcadas por una incompatibilidad conceptual con la emergente idea de vida o de existencia. Retomando al Foucault de *Las palabras y las cosas* (2011) -ya no como epistemólogo sino más bien como historiador-, sus análisis acerca de la biología pre-evolucionista permiten establecer lazos entre los ámbitos de la biología y de la técnica. Según Foucault, el objetivo principal de la biología hasta el siglo XVII consistió en la conformación de un sistema o de una lengua capaz de clasificar a los seres vivos a partir de una serie de parámetros estables y universales. Esta pretensión, característica del pensamiento mecanicista, encontrará su principal rival en cierto evolucionismo naciente. Es decir, en la idea de que

“las formas vivas pueden pasar de unas a otras, que las especies actuales son sin duda el resultado de transformaciones antiguas y que todo el mundo vivo se dirige, quizás, hacia un punto futuro, en tal grado que no puede asegurarse de ninguna forma viva que haya sido adquirida definitivamente y esté estabilizada para siempre.” (Foucault, 2011:167)

De igual forma que lo que sucediera en la biología, la noción de existencia también asume un rol transformador en la forma de concebir la técnica. La audaz propuesta de Simondon de considerar los objetos técnicos como dotados de una existencia propia y autónoma de la humana [12] transforma su percepción estática y funcional en un proceso evolutivo constante y provisto de características diferenciadas. Como una especie de darwinista de la técnica, Simondon rechaza la noción instrumental de especie por su incapacidad para dar cuenta del mapa genético-evolutivo en el que se encuentran inmersos los objetos técnicos en una sociedad:

“el empleo del método genético tiene precisamente como objeto evitar el uso de un pensamiento clasificatorio que interviene después de la génesis para repartir la totalidad de los objetos en géneros y especies convenientes al discurso.” (Simondon, 2008:42)

El paso de dicha concepción remanente a una forma de pensamiento centrada en el sentido temporal de la evolución del ser técnico requerirá de una deconstrucción del objeto cristalizado. Será necesario reducirlo a un conjunto abstracto de partes, a una estructura abierta tanto al pasado como al futuro; al linaje técnico que desemboca en el objeto actual y a las potenciales integraciones con otros seres técnicos.

Tomando prestados de la lingüística los conceptos de sintagma y paradigma, puede configurarse una metodología de análisis que combine la sucesión histórica (sintagma) con los préstamos e intercambios provenientes de otras formas técnicas (paradigma). El resultado de esta metodología no dará como fruto final la definición absoluta y circunscripta de dicho objeto técnico, sino tan solo una aproximación parcial, propia de un momento histórico determinado y generadora de un nuevo eslabón evolutivo que reinicie el proceso.

Tomando como ejemplo la cuestión de las páginas web con la que se comenzó este trabajo, resulta necesario sumar a la descripción intrínseca del objeto (conjunto de documentos organizado a partir de hipervínculos), la herencia proveniente de su tecnicidad latente (historia de la técnica, de la informática y de las páginas web) así como los posibles contactos con formas técnicas emergentes (motores de búsqueda, procedimientos propios de blogs, redes sociales, etc.)

3.1.2. Automatismo vs. Indeterminación

No sería exagerado afirmar que gran parte de los miedos del hombre frente a los fenómenos técnicos provienen del surgimiento de los procesos automatizados. En la actualidad, los principales responsables de la conformación de este imaginario social parecieran ser los universos distópicos propios de la ciencia ficción y la gran cantidad de enroques laborales (hombre por máquina) producidos desde la revolución industrial del siglo XVIII hasta la actualidad.

Por más integrado que se pretenda ser, resultaría difícil refutar la idea de que por medio del uso de procesos automáticos es posible reemplazar acciones antes realizadas por seres humanos. El mismo Wiener es determinante al hablar acerca de las consecuencias de la introducción de nuevos dispositivos técnicos en la sociedad “¿Qué podemos esperar de sus consecuencias económicas y sociales? (...) la cesación definitiva y brusca de todo trabajo fabril que consista puramente en repetir una labor.” (Wiener, 1988:152)

Sin embargo, la concesión de dicho punto no habilita a llevar la premisa hasta el paroxismo. Es decir, pasar del estado actual en el cual una máquina puede realizar una acción automáticamente a la posibilidad de una automatización total en la que la máquina pueda actuar con comple-

ta autonomía. Según Simondon, esta clase de extrapolación encierra una contradicción:

“Para convertir una máquina en automática, es preciso sacrificar muchas posibilidades de funcionamiento y muchos usos posibles. (...) Una máquina puramente automática, completamente cerrada sobre sí misma en un funcionamiento predeterminado, solamente podría ofrecer resultados sumarios.” (Simondon, 2008:33)

Un caso interesante es el de la configuración de aplicaciones informáticas por parte de sus usuarios. Todo programa organiza su funcionamiento básico en relación a una serie de medidas preconcebidas, que se estima serán las que complazcan a la mayor parte de sus potenciales usuarios. La diferencia marcada en el punto 2.2.3. entre aplicaciones standard y aplicaciones a medida, depende directamente de este factor. La empresa que invierte en una aplicación personalizada lo hace debido a que las medidas standard que utilizan el resto del programa no satisfacen sus necesidades específicas.

En la actualidad la mayor parte de las aplicaciones contienen una funcionalidad que permite configurar fácilmente ciertos parámetros del programa. Bajo el rótulo de ‘Configuración’ o ‘Preferencias’, dicha funcionalidad se constituye como el punto principal de interacción con el usuario, produciendo, según Simondon, un incremento en el grado de tecnicidad del objeto:

El verdadero perfeccionamiento de las máquinas, aquel del cual se puede decir que eleva el grado de tecnicidad, corresponde no a un acrecentamiento del automatismo, sino, por el contrario, al hecho de que el funcionamiento de una máquina preserve cierto margen de indeterminación.” (Simondon, 2008:33)

Al igual que lo propuesto por Wiener con respecto a la posibilidad de encontrar niveles de entropía decrecientes, el grado de tecnicidad del que habla Simondon depende directamente de la apertura del sistema, como de un conjunto de reglas que puedan ser modificadas en función de su universo de aplicación; de un objeto cuya relación con el ser humano no se encuentre prescripta de antemano, sino indeterminada dentro de ciertos límites de funcionamiento.

3.2. Génesis del objeto técnico (integración técnica)

La idea de génesis resulta importante para el pensamiento simondoniano porque toca el nervio más sensible y novedoso de su propuesta filosófica. Esto se debe a que ella no hace referencia únicamente al origen sino que implica siempre una visión retrospectiva desde un presente que se

contrasta con un pasado. Y es, justamente en esta tierra inestable y dinámica, en la que Simondon planta las semillas de su filosofía.

En su libro *La individuación a la luz de las nociones de forma y de información* (2009) el autor comienza describiendo las dos formas clásicas de concebir al ser como individuo: la vía sustancialista y la hilemórfica. Entre ambas formas percibe una medida común:

“ambas suponen que existe un principio de individuación anterior a la individuación misma, susceptible de explicarla, de producirla, de conducirla. (...) la realidad que interesa, la realidad a explicar es el individuo en tanto individuo constituido.” (Simondon, 2009:23-24)

En oposición a dicha concepción y a partir de una inversión de los términos Simondon propone una realidad relativa del ser. En ella la individuación es concebida como una fase del ser, como una instancia momentánea de constitución del individuo [13]. Esta constitución surge de una realidad pre-individual en la cual el individuo se encuentra en tensión consigo mismo. La individuación se manifiesta, entonces, como la resolución parcial de dichas incompatibilidades internas, como el equilibrio estable que se opone al devenir del ser[14]. O, en palabras de Deleuze:

“es precisamente este punto de vista el que hace que la individuación deje de ser coextensiva al ser: debe representar un momento que no es ni todo el ser ni el primero de sus momentos. Debe poder ser situada (...) en un movimiento que nos hace transitar desde lo pre-individual al individuo.” (Deleuze, 2005:115)

Este proceso de concretización representa en la teoría de Simondon el paso de una organización lógica e intelectual, característica de la invención humana, a la evolución natural propia de la existencia autónoma de los seres técnicos.

3.2.1. De lo artificial a lo natural

Entre las innumerables diferencias que pueden hallarse entre seres humanos y máquinas, los caminos inversos que trazan en su evolución probablemente sean los más llamativos. Mientras los seres humanos nacen con células dotadas de una gran consistencia interna para ir degradándose lentamente a lo largo de su vida, los seres técnicos son producidos inicialmente con un alto grado de imperfección estructural que va disminuyendo con el correr de los años y los desarrollos científicos.

Sin embargo, Simondon presta menos atención a los recorridos cronológicos que a los procesos en funcionamiento. Y es por este motivo que, desde su punto de vista, seres humanos y objetos técnicos pueden compartir un lugar dentro del universo de los objetos naturales pese a las diferencias materiales que los separan [15].

La forma abstracta, como modo primitivo de los objetos técnicos, representa su momento de mayor artificialidad, esto se debe a que este primer momento no es otra cosa que el plasmado de una serie de nociones y principios científicos en una materia física.

A diferencia de lo esperable, los conceptos culturales -productos de la mente humana- impregnan de artificialidad al objeto técnico. La sorpresa que genera esta aseveración pareciera provenir de la modalidad propia de las culturas humanas de naturalizar sus conceptos al punto de hacerlos indisolubles de la realidad física. Es lo que diferencia a un objeto natural de uno naturalizado a la fuerza por medio de la costumbre.

Del otro lado del camino evolutivo se encuentra el objeto convertido en concreto. Este obtiene su coherencia interna a partir de ajustes y modificaciones producidas por medio de una serie de experiencias empíricas. De esta forma, el objeto se libera de las constricciones del universo abstracto de los conceptos humanos para establecer un nuevo contacto consigo mismo (redistribución de las funciones internas) y con otros objetos naturales, que actúan como medios asociados al funcionamiento interno (agua, aire, vapor, etc.).

Un ejemplo claro de este proceso se observa en las fases del desarrollo de software. En una primera instancia, los programadores realizan una disposición estimativa de las distintas funcionalidades que se desean utilizar. Sin embargo, estas estimaciones se hallan en una etapa de prueba debido a que no fueron testeadas a partir del contacto con los usuarios. Para ello, se configuran distribuciones alpha o beta para ser probadas por otros programadores o por la comunidad de usuarios. Luego de realizadas las pruebas, los usuarios que participaron del proceso envían los bugs (errores) con los que se toparon u otras sugerencias con respecto al funcionamiento del programa. Con esta información se configura una nueva versión final, la cual será llamada -convenientemente para este trabajo- versión estable.

3.2.2. Un poder sin centro

El desarrollo actual de los recursos técnicos encuentra a los emprendedores comerciales en un estado de fuerte incertidumbre. Son demasiados los casos de grandes empresas que han quedado sepultadas bajo los escombros de los cambios técnicos como para arriesgarse sin previsiones ni miramientos al establecimiento de un nuevo negocio. A las discográficas y productoras de cine -con márgenes de ganancia reducidos enormemente por la descarga masiva de archivos por internet- pueden sumársele tanto medios gráficos -con un alto grado de lectura gratuita online- como centrales telefónicas, cuyos usuarios utilizan cada vez más programas de comunicación y mensajería vía web.

Cabe, entonces, preguntarse ¿qué posibilidades tiene el ser humano de controlar la evolución del orden técnico, a fin de hacerla funcional a sus necesidades? La respuesta de Simondon es simple:

“Si los objetos técnicos evolucionan hacia un pequeño número de tipos específicos es en virtud de una necesidad interna, y no como consecuencia de influencias económicas o de exigencias prácticas; no es el trabajo en cadena lo que produce la estandarización, sino que la estandarización intrínseca es lo que permite existir al trabajo en cadena.” (Simondon, 2008:45)

Nuevamente, el carácter artificializante de la acción del hombre vuelve a ser importante para comprender su relación con el orden técnico. En primer lugar, el intento de forzar la incorporación de elementos que satisfagan sus necesidades individuales o sociales no hace otra cosa que complicar la estructura del objeto. Esta complicación, a partir del agregado de elementos inesenciales, se opone al camino de simplificación estructural que permite el progreso de la técnica. En segundo lugar, y principalmente, su forma de pensar la realidad a partir de conceptos absolutos entorpece su comprensión del camino evolutivo que siguen los objetos técnicos. Así como la forma abstracta organizaba el objeto a partir de un conjunto de partes cerradas, el pensamiento orientado exclusivamente a la obtención de fines deja de lado la importancia del proceso como elemento central de la técnica.

En la medida en que el hombre se encuentre limitado por el orden conceptual y artificial, que pretende inscribir en la realidad, la evolución de los elementos naturales se constituirá siempre como un punto ciego para él[16]. La idea -aunque hipotética- de una realidad técnica autónoma a la del ser humano, le resulta insoportable justamente por no encontrarse ubicado en el centro de dicha realidad.

Ahora bien, la impotencia actual de los fines humanos frente al dinamismo de la técnica no proviene de un cambio cualitativo producido por ciertos desarrollos científicos, por ejemplo, la aparición de internet. La novedad propia de este momento histórico radica en una diferencia cuantitativa concerniente a la velocidad de aparición y actualización de los cambios técnicos.

La naturaleza dinámica de la evolución técnica constituyó siempre una contradicción lógica con los fines estáticos del hombre. No obstante, el ritmo pausado de las innovaciones técnicas de épocas pasadas generaba momentos prologados de estabilidad (*homeostasis* técnica). En esos espacios de tiempo, el hombre podía organizar un modo de producción que estuviera centrado en un fin determinado hasta que llegara la próxima innovación técnica.

En la actualidad dicho proceso ha adquirido una vertiginosidad tal que hace difícil tener control de cualquier inversión económica a largo plazo. La propiedad de los medios de producción se vuelve irrelevante sin una percepción clara del progreso de la técnica [17].

3.3. El fin de los humanismos (integración social)

Desde el comienzo de este trabajo se delinea una misma idea que va tomando diferentes formas según la materia a la cual se aplica: el hombre se encuentra en la actualidad dividido entre dos formas de pensamiento diferentes. Una, remanente, que lo ubica en el centro de un universo mecánico y determinable a partir de una serie de normas preestablecidas. Y otra, emergente, para la cual no existen totalidades ni centros estables, sino organizaciones y procesos en funcionamiento.

Una de las expresiones culturales más claras de la primera de ellas radica en la idea de humanismo. Según Simondon, a lo largo de la historia, las distintas expresiones del humanismo tuvieron como principal objetivo proteger al hombre de todo lo que fuera ajeno a él, es decir, de lo que lo alienara de su naturaleza. Si el humanismo del renacimiento libera al hombre del dogmatismo ético reemplazándolo por la forma intelectual teórica, el del siglo XVII hará lo propio trocando esta última por un pensamiento orientado hacia a la técnica. Por su parte, el siglo XX continuará este camino -de rechazo de lo que, en un principio, fue liberador- ubicando a la técnica como la nueva forma de alienación del hombre.

Estos cambios históricos, lejos de constituir al humanismo como un concepto heterogéneo, exhiben lo que hay de estable en él. Ya que si bien cada época histórica piensa al hombre de una forma diferente, en todas ellas se manifiesta el mismo conflicto de poderes a partir del cual el hombre ejerce una supremacía por sobre los instrumentos que producen su alienación

Sin embargo, según Simondon, el hombre falla al percibir la esencia de dicha alienación. No son los instrumentos conceptuales o técnicos que el hombre aplica para obtener determinados fines los que la producen, sino más bien la relación específica que el hombre establece con dichos fines. En un intento desesperado por encontrar culpables, el hombre externaliza el problema cuando el conflicto yace en su interior. Más precisamente, en una actividad productiva llevada al extremo en el cual la finalidad se vuelve indisoluble del Todo:

En lugar de buscar un procedimiento para fabricar objetos sin hacer un pacto con la materia, el hombre se libera de su situación de ser puesto en condición de servidumbre por la finalidad del todo aprendiendo a construir la finalidad, a organizar un todo finalizado que juzga y aprecia (...)” (Simondon, 2008:122-123)

En la medida en que el hombre toma conciencia del camino teleológico, a partir del cual se dispone el proceso de producción, se vuelve capaz de cumplir la función organizativa de ese proceso dejando en manos de los objetos técnicos el trabajo material y concreto:

“la primera condición de incorporación de los objetos técnicos a la cultura sería que el hombre no fuera ni inferior ni superior a los objetos técnicos, que pueda abordarlos y aprender a conocerlos manteniendo con ellos una relación de igualdad, de reciprocidad de intercambios: en cierta manera, una relación social.” (Simondon, 2008:108)

Este corrimiento del hombre del centro del proceso de producción coincide con la segunda forma de pensamiento, de la que se hablaba al principio del apartado. Solo a partir de una modificación epistemológica de estas características el hombre puede dejar de lado la realización de un fin concreto para asumir una función dinámica como es la de la regulación.

El hombre de Simondon ya no es un engranaje más en la maquinaria de producción, sino que funciona, él mismo, como mediador y organizador del proceso técnico. Su función no radica en competir con la máquina en los procesos de producción material, sino en asegurar la integración y el funcionamiento de los conjuntos técnicos. A diferencia del obrero alienado, que apunta únicamente hacia la finalidad de los objetos, el hombre técnico es el hombre de la operación que se va cumpliendo en presente, de la autorregulación y del conjunto en funcionamiento. Un hombre que funciona él mismo como enlace.

Notas

[1] Excediendo las reglas de la lógica racional, pueden hallarse casos, tanto de artistas como filósofos, que han desafiado las limitaciones de la temporalidad histórica. Por mencionar sólo dos casos significativos, saltan a la mente las figuras de Jorge Luis Borges y Gilles Deleuze. El primero materializa dicha forma en su texto “A Leopoldo Lugones” (1974), mientras el segundo lo asume como metodología de trabajo a la hora de enfrentarse con el pensamiento de figuras tales como Nietzsche, Spinoza o Foucault.

[2] Sería injusto describir de esta manera los conceptos de Genette sin, además, restituir ciertas precisiones que el autor hace a modo de apertura transhistórica del concepto: “Asimismo puedo perseguir en cualquier obra los ecos parciales, localizados y fugaces de cualquier otra, anterior o posterior. Semejante actitud tendría como resultado que se volcara la totalidad de la literatura universal en el campo de la hipertextualidad, lo que volvería poco dominable el estudio de ésta pero, sobre todo, ella le da un crédito, y le concede un papel, para mí soportable, a la actividad hermenéutica del lector —o del arquitecto.” (Genette, 1982:63)

[3] Ejemplos de esto pueden ser: orden de lectura tomado de los libros, secciones de los diarios, diagramaciones propias de revistas. Estos préstamos provenientes de dispositivos comunicacionales previos -ya sea por remanencia o por costumbre- son característicos en todo formato en sus albores.

[4] El elemento más representativo de esta remanencia es, sin dudas, el “Mapa de sitio”. Esta función le permite al navegante reconocer fácilmente cuáles son los criterios de agrupación de las distintas partes del sitio y comprender la disposición de los hipervínculos. En otras palabras, describe la estructura conceptual.

[5] Se volverá sobre esta idea a partir de la referencia a la teoría de Simondon.

[6] Por ejemplo, el primer algoritmo con el que funcionó el motor de búsqueda de Google puede encontrarse en el texto que presentaron sus creadores Sergey Brin y Lawrence Page, titulado “The anatomy of a large-scale hypertextual search engine”

(1998). Por supuesto, esta posibilidad democratizante resulta tan útil para el lego informático de la actualidad como lo era el acceso a la Lógica de Port-Royal o a las Reglas para la dirección del espíritu de Descartes para un individuo del siglo XVII que quisiera reconocer la estructura de la episteme lógico-racional de ese momento.

[7] En Cibernética y sociedad (1988), Wiener transpone muchos de los conceptos que había expuesto en su libro Cibernética o el control y comunicación en animales y máquinas (1985), de una manera mucho más accesible para el público no versado en las áreas de la física y la matemática. El carácter democratizante de dicha transposición no consiste únicamente en una simplificación de términos sino, también, en la aplicación de sus conceptos a disciplinas como la lingüística, el derecho, la biología, la psicología, entre otras áreas sociales, lo cual forma parte de la interdisciplinariedad que el autor toma como bandera.

[8] El firmware funciona como contacto entre las órdenes externas y la estructura física del objeto y se constituye como el intermediario lógico más cercano a la instancia del hardware (uno o varios niveles –dependiendo de la experticia del usuario- antes que el sistema operativo)

[9] El carácter gratuito que suele caracterizar al software libre -que también lo diferencia del software propietario- fue, intencionalmente, dejado de lado debido a que dicha gratuidad no es obligatoria. El software libre puede distribuirse de cualquier forma, incluso a partir de su venta.

[10] Algo similar a lo que sucede con los sistemas operativos libres puede observarse en el funcionamiento de páginas web colaborativas como Wikipedia. Sin embargo, este tipo de sitios presenta algunas diferencias con la modalidad antes descrita. Por mencionar solo las más llamativas: 1) no se puede acceder a todas las actualizaciones realizadas en una entrada sino tan solo a la más reciente, 2) no es posible realizar cualquier modificación, sino tan solo las que cumplan con las políticas del sitio, y 3) el sitio cuenta con un comité que -en casos problemáticos- decide sobre la inclusión o exclusión de alguna modificación.

[11] Para ello se recomienda la lectura de primer libro de la imponente obra de Bernard Stiegler, La técnica y el tiempo (2004), la cual cuenta asimismo con una fuerte influencia del pensamiento simondoniano.

[12] Resulta tentador adscribir esta propuesta a una intención meramente controversial por parte de Simondon. Especialmente teniendo en cuenta sus arduas críticas a las ideas distópicas, a partir de las cuales, la ciencia ficción suele concebir a sus robots o autómatas. Sin embargo, la idea de existencia en Simondon no pretende establecer un paralelo con la forma humana per se sino más bien con una forma de evolución natural propia de los seres vivos: “el modo de existencia del objeto técnico concretizado es análogo al de los objetos naturales espontáneamente producidos, se los puede considerar legítimamente, entonces, como objetos naturales (...) porque esos objetos no son deducidos de un único principio; son el testimonio de cierto modo de funcionamiento y de una compatibilidad que existen de hecho (...) esta compatibilidad no estaba contenida e cada uno de los principios científicos separados que sirvieron para construir el objeto; fue descubierta empíricamente” (Simondon, 2008:68-69)

[13] En el campo de la genética, el papel que cumple la célula madre en la constitución de los seres vivos pareciera remitir al principio de individuación al que se opone Simondon. Especialmente teniendo en cuenta el proceso de especialización que traza el ciclo celular en función de la célula originaria. Sin embargo, la genética no se encarga de estudiar únicamente los componentes del ciclo celular sino también las formas de reproducción y, con ello, su herencia genética. A la luz de esto podría decirse que la célula madre es, efectivamente, la instancia iniciática de la vida del individuo pero, también, puede ser considerada como el punto de pasaje que la conecta con su linaje genético. De esta forma, la estabilidad circumscripita del individuo se abre a una dimensión evolutiva que lo excede.

[14] Wiener trabaja a partir de una idea similar pero a través de los conceptos de *homeostasis* y retroalimentación.

[15] Según Pablo Rodríguez en su prólogo al libro La individuación ...: “En este nuevo mun-

do no hay hombres, animales ni máquinas, se evaporó el sujeto enfrentado a un objeto, se disolvió la materia en el espíritu y se fundió el alma en la naturaleza sin realizar por ello idea alguna. Lo que hay son individuaciones: física, vital, psíquico- colectiva, técnica.” (Rodríguez, 2009:17)

[16] “Hemos hallado una sorprendente huella de pisadas en las riberas de lo desconocido. Hemos ensayado, una tras otra, profundas teorías para explicar el origen de aquellas huellas. Finalmente hemos conseguido reconstruir el ser que las había producido. Y resulta que las huellas eran nuestras.” (Heisenberg, 1985)

[17] A propósito de esta problemática es interesante mencionar el carácter estable de una estrategia de control aplicada por varias empresas de software informático. Frente al peligro que constituye la piratería y el hackeado del software que distribuyen, utilizan las actualizaciones periódicas como forma de control. Microsoft rastrea e inhibe copias piratas por medio de sus actualizaciones automáticas online. Apple, por otro lado, produce constantemente nuevas versiones de sus sistemas operativos para mantenerse siempre un paso delante de su hackeado. En ambos casos se produce una adaptación a las vías dinámicas para mantener un objetivo comercial estable.

Bibliografía

Borges, Jorge Luis, “A Leopoldo Lugones”, en Obras completas, Buenos Aires, Emecé, 1974.

“El idioma analítico de John Wilkins”, en Obras completas, Buenos Aires, Emecé, 1974.

Brin, Serge y Page, Larry, The anatomy of a large-scale hypertextual search engine [en línea] Seventh international world-wide web conference [Brisbane, Australia]: Abril 1998 [ref. de 8 de septiembre de 2011] Disponible en Web:

Deleuze, Gilles, “Gilbert Simondon: el individuo y su génesis físico-biológico”, en La isla desierta y otros textos: textos y entrevistas (1953 – 1974), Valencia, Pretextos, 2002.

Eco, Umberto, Apocalípticos e integrados, Barcelona, Lumen, 2003.

Foucault, Michel, Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas, Buenos Aires, Siglo XXI, 2011.

Genette, Gerard, Palimpsestos. La literatura en segundo grado, Madrid, Taurus, 1982.

Heisenberg, Werner, La imagen de la naturaleza en la física actual, Barcelona, Orbis, 1985.

Landow, George, Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología, Barcelona, Paidós, 1995.

Montoya, Jorge, La individuación y la técnica en la obra de Simondon, Medellín, Fondo Editorial Universidad EAFIT, 2006.

Rodríguez, Pablo, “Individuar. De cristales, esponjas y afectos”, en Simondon, Gilbert, La individuación a la luz de las nociones de forma y de información, Buenos Aires, Cactus, 2009.

Sigal, Ignacio, Un concepto en acción: la noción de dispositivo en Foucault, 2010 (inédito).

Simondon, Gilbert, El modo de existencia de los objetos técnicos, Buenos Aires, Prometeo, 2008.

“La individuación a la luz de las nociones de forma y de información, Buenos Aires, Cactus, 2009.

Stiegler, Bernard, La técnica y el tiempo, Euskal Herria, Editorial Hiru, 2004.

Wiener, Norbert, Cibernética o el control y comunicación en animales y maquinas, Barcelona, Tusquets, 1985.

“Cibernética y sociedad, Buenos Aires, Sudamericana, 1988

Ignacio Sigal

es Licenciado en Artes y Doctorando de la UBA. Trabaja en investigación desde 2005.

Bibliograficas

Acuerdo intersubjetivo y ajuste de la representación mental del sentido en la Teoría de las operaciones enunciativas de Antoine Culioli (2010)

Antoine Culioli, *Escritos* (2010) Buenos Aires, Ed. Santiago Arcos
Paula Roich

1. El objeto de estudio de la lingüística para Antoine Culioli

Escritos es una valiosa introducción a la obra de Antoine Culioli, que permitirá a sus lectores explorar o profundizar en los estudios sobre el análisis del funcionamiento del lenguaje en situaciones concretas. Se trata de una compilación variada de textos, realizada por Sophie Fisher y Eliseo Verón, en los que se exponen los conceptos fundamentales del autor para comprender su posicionamiento acerca del lenguaje. En efecto, teniendo en cuenta que Culioli no escribe libros, la selección se ha centrado en textos relevantes pertenecientes a diferentes momentos históricos. De ahí su nombre: *Escritos*.

En cuanto a su propuesta teórica, para Culioli, el objeto de la lingüística es entendido como “la actividad del lenguaje”, esto es, el funcionamiento real del lenguaje llevado a cabo por sujetos a través de las diferentes lenguas en situaciones concretas de enunciación. Su estudio implica tener en cuenta tanto cuestiones de orden puramente lingüístico (los enunciados producidos presentan una determinada forma sintáctica y semántica) como cognitivas (es necesaria la elaboración de representaciones internas, mentales, a fin de que sea posible sostener tanto la producción como la comprensión de un discurso). En otras palabras, supone considerar todo un conjunto de relaciones dinámicas entre diferentes elementos en constante funcionamiento, es decir, lo que Culioli llama *lo enunciativo*.

2. Las operaciones y los enunciados

Más específicamente, la propuesta de Culioli está centrada en el modo en que los sujetos llevan a cabo la actividad lingüística en su interacción con los otros, por lo que el estudio de los enunciados proferidos constituye una herramienta esencial del análisis. Un *enunciado* es entendido como la materialización de fenómenos mentales inaccesibles a la conciencia, constituida por una configuración de marcadores que son, a su vez, la huella o marca de esos procesos internos. En este sentido, la producción de todo enunciado es caracterizada como el resultado de operaciones mentales subyacentes y, a la vez, como desencadenante en la instancia de su recepción de procesos de significación, esto es, de producción de sentido, efectuados a partir de determinados marcadores presentes en su materialidad, que serán tomados al revés. Resumiendo, interesa estudiar los procesos de significación que un enunciado provoca, es decir, las operaciones puestas

en juego a partir de las huellas de producción de sentido presentes en los enunciados.

La noción de *operación* es utilizada metodológicamente para explicar el funcionamiento de vínculos dinámicos entre diferentes elementos, por lo que puede ser entendida entonces como una puesta en relación. Básicamente, existen tres tipos de *relaciones*: las primitivas, las predicativas y las enunciativas. Nos centraremos en las relaciones primitivas, puesto que a partir de ellas será posible entender los conceptos derivados que se exponen en los capítulos del libro. Se trata de aquellas relaciones que se establecen entre las diferentes *nociones* y resultan de las propiedades primitivas que estas últimas poseen. Por ejemplo, “escribir” puede reducirse a PROCESO y Juan, a AGENTE, entre otras.

2.1. Las nociones

La *noción* es una forma de representación no lingüística que, por un lado, reúne un conjunto de propiedades que, en algún punto, pueden ser reducidas a una propiedad común, por ejemplo, *ser P* (*ser zorro, ser reloj, etc.*). Es entonces un haz de propiedades físico-culturales aprehendidas a través de la actividad enunciativa de producción y comprensión de enunciados, por lo que está ligada al estado de conocimiento y a la actividad de elaboración de experiencias propias de cada persona. Por otra parte, siempre está en relación con otras nociones o propiedades, en tanto cada una se organiza en función de las asociaciones que se puedan establecer con las demás. Por ejemplo, en el caso de nociones vinculadas al mundo animal, es posible elaborar un ordenamiento en base a las relaciones establecidas entre un animal y otro (tales como de predación, acompañamiento o identificación), y en este sentido serán diferentes las vinculaciones entre un león y una oveja que entre un perro y una oveja. De este modo, se producen cadenas de asociaciones semánticas que dan lugar a “racimos” de propiedades establecidas por la experiencia y que son almacenadas y elaboradas en formas diversas.

En este nivel la *noción* se presenta como *insecable*, es decir, como no fragmentada o tomada en bloque, y como *no saturada*, por lo que remite a un esquema predicativo que necesita de una instanciación desde la que se construiría ineludiblemente una ocurrencia de *P*. La *noción*, entonces, puede ser designada mediante la expresión *tener la propiedad P*.

2.1.1 El dominio nocional

Esta ramificación de propiedades, organizadas unas en relación con las otras en función de factores físicos, culturales y antropológicos, establece un *dominio nocional*. En otras palabras, un *dominio nocional* es un tipo de representación mental, inaccesible también a la conciencia, sobre un conjunto de propiedades virtuales acerca de cuestiones físicas, culturales y antropológicas, cada una de ellas organizadas en relación con las otras.

De este modo, una expresión no remite a un sentido único y claramente delimitado sino a un *dominio nocional*, por lo que las nociones no se corresponden directamente con ítems léxicos. En este sentido, *Cualificar*[1] es activar una cadena compleja de operaciones y no simplemente adjuntar un calificativo. Por lo tanto, la relación palabra-noción no consiste en un etiquetamiento entre palabras y conceptos sino en la activación de nociones o “representaciones estructuradas”, constituidas cada una en dominios ncionales propios.

2.1.1.1. El atractor

Un *dominio nocional* se constituye en base a un eje o polo de referencia construido a partir de dos modos de centramiento, el *tipo* y el *atractor*, y a partir del cual es posible elaborar una representación de cualquier índole. El *atractor* es el centro organizador del dominio nocional que hace que todo se integre en relación a un *tipo*. Remite a una representación abstracta, inaccesible e inefable ya que establece un valor absoluto o extremo, un “punto fijo”, irreductible, que se reenvía siempre a sí mismo, y que conduce a una singularidad (términos como “puro” y “verdadero” o expresiones como “solo te digo eso” darían cuenta, según Culioli, de la existencia de esta suerte de esencia contenida en el *atractor*). Es importante considerar que el *atractor* no corresponde a un último punto, pensado en términos de lo máximo o lo supremo, ya que la organización interna de un dominio nocional no es concebida en términos escalares, es decir, de acuerdo con una concepción vertical fija e inmutable en la que existirían grados localizados en algún punto entre dos extremos. Por el contrario, la función del *atractor* es dar un alto grado, constitutivo del centro del dominio, que posibilite eventualmente la construcción de un valor por excelencia.

De este modo, en relación a ese centro de referencia desde el cual se constituye el núcleo de la *noción*, puede pensarse un *exterior* y una zona intermedia o *frontera*, ya sea esta última un umbral o una zona de alteración y transformación, es decir, pueden construirse propiedades topológicas. La organización interna de una *noción* supone la construcción de una representación de “espacios” o “lugares”: mientras que el *atractor* introduce lo continuo, permite la orientación hacia o fuera del centro. En otras palabras, la permanencia cualitativa de una propiedad consiste en la construcción intersubjetiva de una estabilización. Así, puede, por un lado, orientarse en dirección al centro para corresponderse con el punto más alto y desembocar, por ejemplo, en lo más elevado (“Una verdadera obra de arte”). La otra opción consiste en alejarse de ese punto y corresponderse con lo mínimo, es decir, con la reducción a lo que le es mínimamente constitutivo (lo cualquiera, lo simple: “Un simple malentendido/un puro y simple malentendido”), vía que elimina todo aquello que podría constituir una variante singularizante por cuanto se trata de la propiedad en lo que tiene de lo más ordinario. En relación a ese centro de referencia, en suma,

es posible construir un *gradiente* en más y en menos, de acuerdo con si la permanencia cualitativa se orienta hacia el interior o el exterior de ese valor extremo dado por el *atractor*.

2.1.1.2. El tipo

El punto de referencia dado por el *atractor* puede desempeñar el papel de organizador no sólo por la consistencia cualitativa presente en él sino también porque ese centro representa un objeto real o un “objeto típico”, aunque este último no exista más que como regulador. Esto posibilita que puedan construirse apreciaciones de la clase: “Sí, esto sigue perteneciendo al dominio de los objetos que tienen esta propiedad”, así como aquellas elaboradas en función de la construcción de un gradiente: “más” o “menos”. De este modo, al atribuir siempre propiedades típicas y operar con objetos tipificados, se garantiza la identificación de las ocurrencias con un patrón de referencia. En otras palabras, la operación de identificación y diferenciación, punto de apoyo para la construcción de una clase de ocurrencias a partir de la cual se pueda decir si estas son o no de la misma propiedad, se establece en relación a un término que actúa como punto de referencia y que Culioli llama *tipo*.

El *tipo*, entonces, permite organizar la fragmentación de una noción a partir de la construcción de una ocurrencia típica enunciativamente exhibible que se señala, por este mismo hecho, como privilegiada o representativa. Comporta, así, propiedades relativamente estables y firmes, por lo que la relación de una ocurrencia con el *tipo* es del orden de la identificación y se caracteriza por una relación de conformidad. Sin embargo, los tipos no son constantes si se los considera en su devenir histórico. Como la elaboración mental de nociones es una propiedad esencial de la actividad simbólica que sucede constantemente –esto es, no hay manera de no elaborar una representación, salvo en determinadas patologías- se constituye como la condición enunciativa de ajuste intersubjetivo y de regulación, que supone a la vez estabilidad y deformabilidad.

Resumendo, puede decirse que todo *dominio nocional* está conformado por: a) un *centro*, constituido por un objeto típico, que funciona como organizador (es verdaderamente tal cosa); b) un *atractor* (el alto grado); c) un *gradiente* (a partir del cual es posible “moverse” dentro del dominio nocional orientándose hacia el centro o hacia el exterior, esto es, de adentro hacia fuera o bien de afuera hacia adentro, hecho que habilita un desacuerdo, como se verá más adelante); y d) una *frontera*, concebida como una zona intermedia o de hibridación de las zonas interior y exterior, que tiene la propiedad de permitir ser trasgredida, traspasada o superada y, en este sentido, se relaciona con lo tentativo. De este modo, todo enunciado contiene siempre una frontera maleable y esto permite que el otro pueda ajustar lo dicho.

Esta constitución del dominio nocional en términos de un interior circundado por fronteras permite a la vez construir un *exterior*, es decir, aquello que está afuera. El resultado entonces no es una bipartición (interior/exterior) sino una tripartición (interior/frontera/exterior). Hay un organizador-atractor que suministra un alto grado y que permitirá eventualmente construir un valor por excelencia y, con respecto a esto, un exterior y una frontera.

2.2. La referencia

Cuando una noción, esto es, una representación mental, incorpórea, se encarna en forma de lenguaje, se produce una “puesta en forma”, en la medida en que se origina tanto un pasaje a una materialidad como a un sistema de referenciación, es decir, a una actividad que permite referir[2]. La *referencia* es un tipo de operación que permite relacionar, por intermedio de un ordenamiento de marcadores presentes en un enunciado, las propias representaciones mentales internas con una exteriorización. Es interesante tener en cuenta la forma en que Culioli considera la manera en que esta operación se efectúa. Para el autor, no existe una designación pura y simple en el acto de referir, esto es, una relación directa entre el nombre y el objeto referido, sino que este acto se piensa como una relación mediada, en el sentido de que la referencia se establece con respecto a representaciones que van más allá de la situación actual, por lo que siempre se produce un trabajo de abstracción. Por ejemplo, si alguien señala un objeto y dice: “esto es un reloj”, al designar algo como “reloj”, se efectúa una abstracción de tipo cognitivo, dado que el objeto reloj está presentado como aquel que posee la propiedad *ser reloj*[3].

Por supuesto, para Culioli, el lenguaje se relaciona con el mundo, pero al tratarse de una actividad simbólica, este vínculo se establece necesariamente mediante la construcción de representaciones, que tienen la particularidad de sustituir otras realidades, y es por esto que pueden incluso operar por fuera de la realidad presente. De este modo, para volver al ejemplo dado recientemente, frente a un reloj determinado con el que se está en contacto directo, se conforma primero una representación particular a partir de la extracción de sus propiedades, e inmediatamente hay un pasaje a una representación más general y abstracta de todo objeto que posea esas propiedades y que a partir de ese momento pueda ser designado como *reloj*. En palabras de Culioli: “El lenguaje es un modo notablemente económico de remitir, y por medio de la gramática también, a *tipos* de situaciones, de tal suerte que uno pueda referir a situaciones particulares”[4].

En efecto, este pasaje de lo particular a lo general y de lo general a lo externo es absolutamente necesario puesto que si el lenguaje permitiera solamente realizar abstracciones, nunca se podrían efectuar señalamientos particularizados y, a la inversa, si solo se señalaran situaciones que estu-

vieran entre ellas en relación de discontinuidad y de heterogeneidad absoluta, no se podría sostener ningún discurso. La manera de entender la operación de referencia, entonces, supone fundamentalmente una concepción relacionante, por cuanto permite hablar de algo a partir de la vinculación entre diferentes tipos de representaciones.

2.3. El sentido

La recepción de un enunciado no es de ningún modo entendida como un acto simple y mecánico de “decodificación”, a partir del cual el otro procesa la información transmitida por el interlocutor de modo tal que pueda “recuperar” el contenido exacto que se quiso transmitir en la instancia de producción. Por el contrario, a partir de una serie de indicios o de marcadores presentes en el enunciado, el destinatario interpreta lo dicho y efectúa un trabajo de correspondencia, que no es necesariamente una recuperación simétrica respecto de las representaciones mentales del enunciador. De este modo, la *producción de sentido* vehiculizada a través de un enunciado no supone una “transmisión” de contenidos, sino la posibilidad de desencadenar en el otro una representación. En este sentido, toda interpretación introduce necesariamente ciertos elementos en el discurso, tales como la aclaración, mediante los cuales es posible dar cuenta de cómo una actividad subjetiva como es la enunciación puede ser pensada como una actividad intersubjetiva.

2.3.1. El acuerdo y el ajuste intersubjetivo

En todo intercambio verbal se producen operaciones de referencia, pero siempre manteniendo un cierto margen de vaguedad, de modo tal que el interlocutor pueda aceptar o bien cuestionar esos señalamientos de diversas formas. En el primer caso, Culioli sostiene que las designaciones son estables porque existe un acuerdo intersubjetivo sobre el hecho de estar bien fundadas o de ser apropiadas. La estabilidad se produce, entonces, en los casos en que, frente a un cúmulo de ocurrencias de una noción, es posible efectuar una selección entre una, varias o todas, de la/s ocurrencia/s que valida/n una relación, al tiempo que se descarta el resto. La estabilización puede actuar en cada uno de los elementos constitutivos del enunciado mediante una operación fundamental ligada al dominio notional, vinculado a su vez a un sistema de referencia. Así, toda estabilización supone la existencia de puntos de referencia absolutos, relativamente resguardados de “la precariedad” y “los accidentes”, que funcionan como centro organizador de las representaciones.

Pero constantemente se produce un *ajuste* de las representaciones en la medida en que los sujetos no están de acuerdo en todo en cualquier circunstancia. De hecho, los intercambios verbales funcionan a partir de un tanteo o juego de regulaciones o ajustes permanentes y en esta realidad se basa Culioli para demostrar que el lenguaje es un sistema que posee a

la vez propiedades de rigidez y estabilidad como de plasticidad y de labilidad, de articulación. Esto permite, al mismo tiempo, que a partir de la “estabilidad transindividual”, acordada siempre en el propio intercambio, exista la comunicación y la coherencia en la interacción, y que por medio de esa “ajustabilidad intersubjetiva”, no quedemos encerrados en un universo rígidamente normalizado, conformado por información clara y que sería simplemente enunciada a un receptor que la decodificaría y emitiría a su vez un mensaje claro. El lenguaje, entonces, es un sistema “robusto”, está hecho para soportar los errores, los ajustes y los fallos y es por esto un fenómeno complejo y abierto, cuya lógica no puede ser explicada en términos mecanicistas. Por contener factores heterogéneos y configuraciones con efectos impredecibles en algunos casos, Culioli considera necesario postular que en el centro de la actividad del lenguaje existe el ajuste y esto supone tomar a los objetos en relaciones dinámicas.

3. Conclusiones

Los conceptos que se expusieron constituyen solo una parte de los temas que se abordan en el libro. Las operaciones articuladas con la elaboración de un dominio nocional y las que se conectan con la puesta en forma de la noción y la consecuente posibilidad de referir están ligadas a todo un conjunto diferente de vínculos relacionantes. Como ejemplo pueden mencionarse, entre otras, las *operaciones enunciativas*, efectuadas en el momento en que una enunciación toma a cargo un enunciado al que se le imprimen marcas de tiempo, de aspecto, de modalidad y de determinantes del sustantivo.

La posibilidad de reflexionar acerca de la estabilidad y el ajuste de las representaciones como hechos en permanente construcción por parte de los sujetos puede decirse que es, desde un punto de vista personal, uno de los aspectos más valiosos de la teoría de Culioli. La vuelve absolutamente apta para analizar cualquier clase de discurso social, desde una conversación informal hasta una teoría o una discusión del ámbito científico-académico. Efectivamente, con respecto a este último punto, tal como son concebidas las explicaciones teóricas en la actualidad, no es posible pensar en los objetos de conocimiento como entidades claramente delimitadas que darían cuenta de aspectos o porciones de la realidad investigada de manera única e incuestionable. Por el contrario, se trata de objetos dinámicos, sometidos a permanente discusión y cuestionamiento y, en consecuencia, involucrados en un acto constante de construcción y reconstrucción.

Por otra parte, más allá de que la necesidad de acuerdo y desacuerdo entre las personas esté motivada por cuestiones de orden psicológico o sociológico, es importante tener en cuenta también la posibilidad que brinda la actividad del lenguaje para que esto pueda llevarse a cabo. La noción de *frontera*, tal como la concibe Culioli, es sumamente ilustrativa de la exis-

tencia de esta capacidad de construir representaciones que nos permitan, al mismo tiempo, compartir definiciones, valores o apreciaciones acerca de diferentes hechos así como cuestionar, modificar o precisar, entre otras posibles acciones, esos mismos consensos. Ligado a esto, de manera estrecha, las diferentes lenguas contienen un conjunto de marcadores que dan cuenta de esta actividad en la materialidad de los enunciados, tales como, entre muchísimos otros, “exactamente” o “por supuesto”, para dar cuenta de la presencia de un acuerdo, como “yo no lo llamaría de esa forma”, usados para manifestar disconformidad.

El libro, en definitiva, brinda los elementos teóricos esenciales para adentrarse en el pensamiento de Culioli acerca del lenguaje. Complementado por un prólogo escrito por Sophie Fisher y un postfacio por parte de Eliseo Verón, sin dejar de mencionar la excelente traducción de Lía Varela y la edición de Nicolás Bermúdez, el lector se encontrará constantemente acompañado por comentarios y explicaciones absolutamente pertinentes que dialogarán con su lectura para contribuir a la construcción de una elaboración personal.

Notas

[1] Se trata de otro tipo de operación, nominada (Clf) en el nivel teórico.

[2] Se está hablando de la operación denominada Cuantificación (transcripta Cnt en el nivel metalingüístico) que permite, en primer lugar, construir la existencia de una ocurrencia situada en un espacio-tiempo enunciativo creado por un sujeto enunciadador en relación a un co-enunciador. Por otra parte, Cuantificación conlleva una cuantificabilización o fragmentación, en tanto partiendo de una noción - insecable por naturaleza - se genera una fragmentación a partir de una operación de individuación. De este modo, la representación así construida puede ser distinguida y situada en un espacio de referencia.

Para ahondar en las características de las operaciones Cuantificación (Cnt) y Cualificación (Clf) así como en las vinculaciones establecidas entre ambas, véanse especialmente los capítulos 3: “Estabilidad y deformabilidad en lingüística”; 4: “Estructuración de una noción y tipología léxica. A propósito de la distinción denso, discreto, compacto” y 7: “Maneras de calificar”.

[3] Esta manera de entender la referencia, esto es, en tanto acto efectuado a partir de una mediación, es similar al modo en que la concibe Frege (1892). Efectivamente, para este último, el acto de referir se realiza a través del sentido (sinn) -concebido como el modo en que se presenta la referencia, vale decir, la manera de referir que posee una expresión- que un Nombre Propio expresa. Sin embargo, mientras que para Frege el sentido es entendido como una instancia externa a la mente de los sujetos, presente en el terreno de lo intersubjetivo, de naturaleza objetiva e inmutable (y así puede ser distinguido de la idea o imagen que se encuentra en la mente y por esta razón es completamente variable) para Culioli, el dominio nocional es pensado como una representación psicológica resultante de un acuerdo intersubjetivo y, en consecuencia, presenta la posibilidad de ser modificado en diferentes situaciones.

[4] Culioli, A. (2010) “Variaciones sobre la lingüística” en *Escritos*. Buenos Aires: Santiago Arcos. 62.

Paula Roich

es Licenciada en Letras (UBA) y Profesora en Enseñanza Media y Superior en Letras (UBA). Trabaja como docente de Semiología en el CBC (UBA) así como de la materia “Semántica y Pragmática” en la carrera de Letras (UBA), entre otras actividades pedagógicas. Se dedica también a la investigación de procesos de Lectura y Escritura en el nivel preuniversitario (CBC).

figuraciones

9

LIBROS de
CRÍTICA



CRÍTICA
DE ARTES