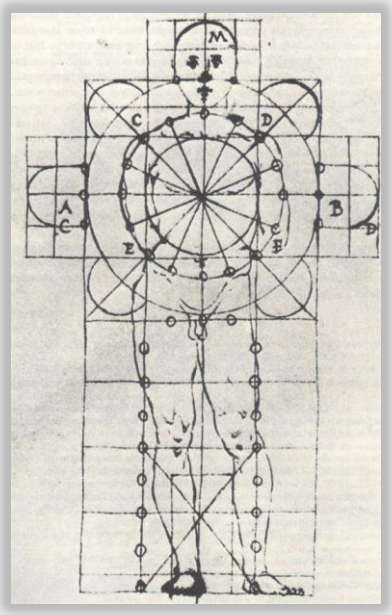
REVISTA CHILENA DE SEMIÓTICA

Publicación oficial de la Asociación Chilena de Semiótica

ISSN 0717-3075



NÚMERO 6

Agosto de 2017

SUMARIO

Ricardo López Pérez
Plagio y creatividad: las dificultades de una distinción

Raúl Bendezú
El efecto "insight" en el discurso publicitario

Rodolfo Arenas
El trasero de Zoe: Complicidad y pospolítica en *House of Cards*

Fernando Franulic
La liberalización de la mirada masculina: esbozo semiótico de una identidad sexual en Chile

Eduardo Yalán
Entre metodología y ontología: la semiótica bajo la filosofía de Gilles Deleuze

María Loreto Lamas
Semiótica de la cultura digital e interacción pedagógica

Facundo Rodríguez
Byung-Chul Han: Sobre la revolución digital

Cristina Voto
La representación del enemigo en el cine de género bélico: una comparación *entre Casualities of War* y *Redacted* de Brian de Palma

Claudio Rodríguez Higuera
Integración jerárquica de la biosemiótica hacia la significación cultural

REVISTA CHILENA DE SEMIÓTICA
NÚMERO 6
Agosto de 2017 /

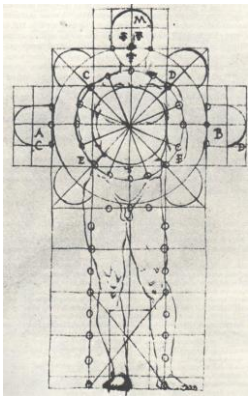


Imagen de portada:
Dibujo del cuerpo humano inscrito en el plano de una iglesia
(Francesco di Giorgio, siglo XV)

asociación chilena de semiótica

¿Quiénes somos?

La *Revista Chilena de Semiótica* es la publicación oficial de la Asociación Chilena de Semiótica y tiene como propósito la discusión plural sobre los principales enfoques teóricos, metodologías y problemáticas que definen el campo de la semiótica y la construcción de sentido.

Es una publicación electrónica editada dos veces al año, fundada en 1996. Publica en español y está orientada a académicos e investigadores de Chile y el mundo, miembros y no miembros de la Asociación Chilena de Semiótica.

La *Revista Chilena de Semiótica* publica artículos originales resultantes de investigaciones científicas y/o significativas en el campo de la semiótica. Se pueden incluir otros tipos de contribuciones, como artículos de revisión, propuestas metodológicas, comunicaciones teóricas, reseñas e estudios de caso. Todos los trabajos enviados a la revista no deben estar sometidos a otras instancias de revisión y/o publicación que cuenten con ISBN o ISSN.

Todos los números se pueden consultar en el sitio oficial de la publicación:

http://www.revistachilenasemiotica.cl

Contacto Editorial

Dr. Rubén Dittus
Universidad Central de Chile
Lord Cochrane 417, Campus Gonzalo Hernández
Facultad de Comunicaciones, Santiago de Chile
(+56) 2 25826543
revistachilenadesemiotica@gmail.com

EQUIPO EDITORIAL

Editor

DR. RUBÉN DITTUS (Universidad Central de Chile)

Comité de Redacción

DR. JAIME OTAZO HERMOSILLA (Universidad de la Frontera)
DRA. ELIZABETH PARRA ORTIZ (Universidad de Concepción)
MG. GLORIA FAVI CORTÉS (Universidad de Santiago)
DR. PABLO SEGOVIA LACOSTE (Universidad de Concepción)
MG. PATRICIO ESPINOZA H. (U. Católica de la Ssma. Concepción)
MG. ISABEL LEAL FIGUEROA (Universidad del Bío Bío)

Comité Científico Internacional

DR. FELIPE ALIAGA (Universidad Santo Tomás, Colombia)
DR. JUAN JOSÉ BARRETO (Universidad de los Andes, Venezuela)
DR. RODRIGO BROWNE SARTORI (Universidad Austral de Chile)
DRA. VIRGINIA COLOMBO (Universidad Nacional del Nordeste, Argentina)
DR. RAFAEL DEL VILLAR (Universidad de Chile)
DR. PAOLO FABBRI (Università Internazionale di Studi Sociali, Italia)
DR. JOSÉ ENRIQUE FINOL (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información, Ecuador)
DR. JOSÉ GAVALDÁ (Universitat de València, España)
DRA. SANDRA MEZA FERNÁNDEZ (Universidad de Chile)
DRA. OLGA OSTRIA REINOSO (Universidad del Bío Bío, Chile)
DR. HÉCTOR PONCE DE LA FUENTE (Universidad de Chile)
DRA. CHARO LACALLE (Universidad Autónoma de Barcelona, España)
DRA. CONSUELO VÁSQUEZ (Université du Québec à Montréal, Canadá)
DR. CARLOS VIDALES (Universidad de Guadalajara, México)
DRA. ANA CAMBLONG (Universidad Nacional de Misiones, Argentina)

Asistente Editorial

SR. DAMIÁN VALLEJOS TOBAR

Listado de evaluadores en este número

Dra. Ana Beatriz Ammann (Argentina), Dr. Óscar Basulto Gallegos (Chile), Dr. Juan José Barreto (Venezuela), Dr. Benito Cañada Rangel (México), Dra. Natalia Colombo (Argentina), Dr. Mariano Dagatti (Argentina), Dr. Rafael del Villar Muñoz (Chile), Dr. Alvaro Elgueta Ruiz (Chile), Mg. Gloria Favi Cortés (Chile), Mg. Verushka Fuentes Stipicevich (Chile), Mg. Isabel Leal Figueroa (Chile), Dra. Sandra Meza Fernández (Chile), Dr. Jaime Otazo Hermosilla (Chile), Dr. Elizabeth Parra Ortiz (Chile), Mg. Alicia Rey Arriagada (Chile), Mg. Ignacio Riffo Pavón (España), Dr. Jorge Rosas Godoy (Chile).

asociación chilena de semiótica

TABLA DE CONTENIDOS

Presentación, por Jaime Otazo_5

Prólogo: Algo de historia, por Rafael del Villar_6

Editorial, por Rubén Dittus_8

Plagio y creatividad: las dificultades de una distinción, por Ricardo López Pérez_9

El efecto "insight" en el discurso publicitario, por Raúl Bendezú Untiveros_ 26

El trasero de Zoe. Complicidad y pospolítica en "House of Cards", por Rodolfo Arenas Romero_44

La liberalización de la mirada masculina: Esbozo semiótico de una identidad sexual en Chile, por Fernando Franulic Depix_58

Entre metodología y ontología: La semiótica bajo los aportes filosóficos de Gilles Deleuze, por Eduardo Yalán_73

Byung-Chul Han: Sobre la revolución digital, por Facundo Rodríguez_88

Semiótica de la cultura digital e interacción pedagógica, por María Loreto Lamas_99

La representación del enemigo en el cine de género bélico: una comparación *entre Casualities of War* y *Redacted* de Brian de Palma, por Cristina Voto_112

Integración jerárquica de la biosemiótica hacia la significación cultural, por Claudio Rodríguez Higuera_127

Presentación

Jaime Otazo Hermosilla
Presidente de la Asociación Chilena de Semiótica

Saludamos con alegría la aparición del número 6 de nuestra *Revista Chilena de Semiótica*, que retoma con fuerza renovada el proyecto que había quedado en suspenso el año 2000. Detrás de este retorno se encuentra un equipo de colegas liderados por Rubén Dittus, quien al finalizar el IX Congreso de la Asociación Chilena de Semiótica en 2015 manifestó la motivación y el entusiasmo necesarios para hacerse cargo de la dirección de la publicación y proyectar, en conjunto con la actual directiva, su reformulación. Como Asociación debemos sentirnos muy contentos de tener a la vista el fruto de un trabajo serio, realizado con perseverancia y rigor. Con ello se garantiza también el éxito de sus necesarias transformaciones.

En esta nueva etapa, la *Revista Chilena de Semiótica* debe asumir varios desafíos. Por supuesto, el de adaptarse a las actuales condiciones y formas de circulación del discurso de nuestra disciplina en un contexto de amplio acceso a la información científica y de mayores exigencias en todas las etapas del proceso editorial. El desafío, también, de desanclarse del Congreso bianual de la Asociación y lograr una cadencia propia que visibilice el trabajo semiótico de una manera más permanente a través de una nueva periodicidad. Por último, el desafío de una gestión más dinámica del proceso de revisión de pares y el compromiso de dar cuenta de un espectro amplio de investigaciones tanto en el ámbito nacional como internacional. Superar con éxito estos desafíos será tarea de todos nosotros.

La Asociación Chilena de Semiótica vive un momento muy interesante en el que comienzan a destacar figuras de una nueva generación de investigadores. Esto es claramente perceptible en las diversas instancias de intercambio que se han desarrollado en los últimos años y en las que se ve una renovación generacional importante. Sin duda, la reinstalación de este espacio de intercambio ayudará a asegurar la permanencia y la pertinencia de nuestro proyecto intelectual incluyendo tanto a investigadores que se inician como aquellos cuya experiencia debe servirnos de senda. Deseamos que, como en una conversación, este impulso se renueve una y otra vez hasta convertirse en un ritmo, en una pulsación que de vida a nuestras prácticas semióticas.

Prólogo: **Algo de historia**

Rafael del Villar

La Asociación Chilena de Semiótica hizo visible su trabajo científico en el país a través de la *Revista Chilena de Semiótica* al ser la primera publicación digital sobre la materia en lengua española en Internet. La Revista tenía un mapa de navegación lineal simulando una revista en papel duro. Al ser la primera, se posicionó y contó con un comité académico internacional de excelencia, que cubría Europa, Asia y América. Debe tenerse en cuenta que las revistas en papel duro tenían un alto costo por concepto de correo, por lo que pronto muchas publicaciones a nivel mundial comenzaron a tener una versión digital.

La *Revista Chilena de Semiótica* retroalimentó la presencia de la Asociación Chilena en la International Association for Semiotics Studies/ Association Internationale de Sémiotique y validaron los trabajos de los colectivos chilenos. Ella se gestó en la Universidad de Chile, en el Departamento de Investigaciones Mediáticas y de la Comunicación, de la Facultad de Ciencias Sociales, siendo la primera revista de semiótica en lengua española en Internet en el año 1996. La única referencia mundial de algo similar era una Revista de Semiótica en Internet en lengua inglesa, generada por la Asociación de Semiótica Danesa. Ello implicó que muchos colegas a nivel mundial vieran con buenos ojos esta "aventura semiológica" y estuvieron dispuestos a participar en su Comité Científico Internacional.

La revista editaba un número por año, tenía un Comité de Redacción y un Comité Científico Internacional (lo más representativo de la disciplina a nivel mundial, en dicho período histórico), un ISSN 0717- 3075, era una revista arbitrada, figuraba en el Folio Latindex con el No 12203, y editó tres números: No 1, 1996: No 2, 1997, y No 3, 1998. En realidad, fueron editados dos números más que aparecerían de manera doble (1999- 2000) con el número 4-5, sin embargo, el sitio web que la alojaba (FACSO, Universidad de Chile) se cambió al SISIB de la Universidad de Chile, lo que ocurrió paralelamente con la separación de Nuestra Unidad Académica de la Facultad de Ciencias Sociales y la Creación en el año 2000 del Instituto de la Comunicación e Imagen, lo que implicó en definitiva que la revista desapareciera. El año 2009- 2010 la *Revista Chilena de*

Semiótica tuvo un intento de ser una Revista Digital, a través del trabajo del periodista Ricardo Casas Tejeda, quien desde la Universidad Austral trataba de implementarla con la asesoría de Elizabeth Parra.

Creo importante recordar que la *Revista Chilena de Semiótica* era generada por La Asociación Chilena de Semiótica, asociación cuya denominación legal era originalmente "Corporación Cultural Asociación Chilena de Semiótica, su Personalidad Jurídica tenía el Nº 235, otorgada por el Ministerio de Justicia, el 22 de febrero de 1996. Ella reunía a los investigadores de las Universidades Chilenas en el ámbito de la semiótica. Era integrante de la Federación Latinoamericana de Semiótica FELS, y de l'Association Internationale de Sémiotique AIS /IASS. Los presidentes de la Asociación han sido Dr. Rafael del Villar Muñoz, Universidad de Chile (períodos 1996-1998; 2007-2009); Dr. Hugo Carrasco, Universidad de La Frontera (períodos 2001-2003; 2004-2007); Dra. Elizabeth Parra Ortiz, Universidad de Concepción (períodos 2009-2011 y 2012-2014). Desde el año 2013, la asociación existe con un nuevo estatus legal. El día 8 de marzo de aquel año, en la ciudad de Concepción -conforme lo dispuesto en el Decreto Ley Nº 2.757 de 1979- se lleva a efecto la asamblea constitutiva de la Asociación Gremial Chile de Semiótica A.G., transformando la antigua corporación cultural en nueva asociación gremial. Su presidente actual es el Dr. Jaime Otazo, de la Universidad La Frontera (período 2015-2017).

Datos del autor

Rafael del Villar Muñoz es Doctor en Sciences de l´Information et de la Communication, Université de la Sorbonne Nouvelle, Paris 3 y Sociólogo de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Es académico del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile, Vicepresidente de la Asociación Chilena de Semiótica, Vicepresidente de la Federación Latinoamericana de Semiótica (FELS) y miembro del Comité Directivo de la Internacional Association for Semiotics Studies (AISS)/ Association Internationale de Sémiotique (AIS). Fue fundador y primer director de la *Revista Chilena de Semiótica* (1996-2000).

Editorial

Tras varios inviernos en pausa, presentamos un nuevo número de la *Revista Chilena de Semiótica*. En la confección del presente volumen pudimos constatar que el espacio académico dejado el año 2000, tras la publicación de los números 4 y 5, seguía vacío. Jóvenes (y no tan jóvenes) voces de investigadores y estudiantes de posgrado, hambrientas por poner en discusión los temas que competen a la disciplina semiótica en estas latitudes, escucharon nuestro llamado y ofrecen -en conjunto- sus miradas y juicios. Conscientes de que en esta etapa que se inicia, la exigencia de transparencia, eficacia y rigurosidad en el proceso de revisión es algo más que un desafío (llega a ser un imperativo de calidad y prestigio), hemos mantenido nuestro carácter de publicación con referato externo, esperando avanzar por los competitivos caminos de la indexación.

El resultado es un nutrido abanico de artículos que abordan las temáticas diversas por las que transita la construcción del sentido, pero que entran en diálogo cuando el lector hace el necesario cruce reflexivo. De esa forma, la creatividad, la identidad sexual, la publicidad, el cine, la televisión, el discurso de género, la ontología, la revolución digital y la pedagogía abren el debate para profesores universitarios, estudiantes, investigadores y público en general. Esto no debe ser visto como algo accidental. La semiótica hace años que ya no está de moda. El escenario ha sido cubierto por nuevas metodologías y mixturas que han refrescado el atiborrado mundo de las ciencias sociales. De ahí el valor en el éxito de esta convocatoria.

Tal como hemos declarado en nuestro sitio web, la *Revista Chilena de Semiótica* aspira a convertirse en la mejor vitrina en español donde la discusión plural sobre los principales enfoques teóricos, metodologías y problemáticas que definen el campo de la semiótica sean un insumo para dar respuesta a las grandes preguntas del mundo de hoy.

El Editor

REVISTA CHILENA DE SEMIÓTICA
NÚMERO 6
Agosto de 2017 /

[ARTÍCULO]

Plagio y Creatividad: Las dificultades de una distinción

Ricardo López Pérez
Universidad de Chile
rlopezp@med.uchile.cl

Recibido: enero de 2017
Aceptado: abril de 2017

Resumen

Crear y copiar son procesos diferentes; no se debe confundir creatividad con plagio. Sin embargo, esta distinción es problemática y propone interrogantes de extrema dificultad, dado que no se puede crear de la nada, lo que implica que todo acto creativo surge necesariamente de experiencias anteriores. Una continuidad entre lo antiguo y lo nuevo es inevitable. Aun así, a pesar de las dificultades, es preciso asumir la responsabilidad de definir con la mayor claridad las diferencias. No es deseable que un asunto de tanta importancia quede oscurecido y ajeno a cualquier implicación ética. No hay ganancia cuando se desconoce la existencia de un plagio, cuando se lo oculta o se busca justificarlo.

Palabras clave: creatividad; plagio; filosofía; copia.

Abstract: *Plagiarism and Creativity. The difficulties of a distinction*

Creating and copying are different processes; Do not confuse creativity with plagiarism. However, this distinction is problematic and offers questions of extreme difficulty, since it can not be created from nothing, which implies that any creative act necessarily arises from previous experiences. A continuity between the old and the new is inevitable. Even so, despite the difficulties, it is necessary to assume responsibility for defining the differences with the greatest clarity. It is not desirable that a matter of such importance be obscured and oblivious to any ethical implication. There is no profit when the existence of a plagiarism is unknown, when it is hidden or sought to justify it.

Keywords: creativity; plagiarism; philosophy; copy.

UNO

Es una amenaza a la creatividad. Más habitual de lo que sería aconsejable, el plagio es un visitante indeseado en la historia de la creación humana. Un acto deliberado e ilegítimo de apropiación en que una obra ajena es presentada como propia. Tomar algo de un lugar y reproducirlo en otro, en ocasiones de forma idéntica o bien con un maquillaje conveniente, pero siempre ocultando la autoría original. Una mezcla de hurto y de engaño; y, ciertamente, también de autoengaño.

Como tantas palabras tiene un origen y una biografía. En forma singular, en este caso hay dos partidas de nacimiento: proviene del griego *plágios* que significa torcido, engañoso, y del latín *plagium*, que nombra el secuestro o rapto de una persona. Una complejidad inicial que será su sello. En Roma en el siglo I, se promulgó la ley *Fabia de plagiariis* destinada a tipificar y sancionar el rapto de un hombre libre y el comercio de esclavos ajenos. Más adelante Marco Valerio Marcial, amigo de las metáforas, como buen poeta que era, invocó esta ley para pedir justicia frente al hurto de sus versos que consideraba como hijos propios. Empujado por la indignación, declamó en contra de un tal Fidentinus: "Y cuando este falsario se diga amo, ¡declara que son míos y que yo los he liberado! Proclamando tres o cuatro veces a viva voz esta declaración, harás que el plagiario se avergüence" (Maurel-Indart, 2014: 21). Así, conservando su sentido inicial de acción engañosa, el vocablo "plagio" incorpora el significado de apropiación de una palabra o de una obra, no ya como rapto sino como copia. Adicionalmente, según se observa en la anécdota de Marcial, la cuestión no es puramente conceptual: tempranamente aparece como un hecho reprobable, y ciertamente atravesado por un fuerte acento moral y ético.

Copiar no es lo mismo que crear, ¿qué duda cabe? En un sentido preciso copiar es la contrafigura de crear; son polos opuestos. Eso en el plano conceptual, porque en los hechos esta distinción es en extremo problemática desde el momento en que ningún mortal tiene la posibilidad de crear de la nada, de modo que toda creación necesariamente surge de la experiencia acumulada, haciendo inevitable una continuidad entre lo antiguo y lo nuevo.

Con todo, la diferencia entre crear y copiar puede y debe ser establecida. Con seguridad, no es aceptable que un asunto de tanta importancia permanezca en la nebulosa, y que de paso se suavicen sus alcances éticos. El anecdotario del plagio es interminable. La historia recuerda numerosos eventos de apropiación ilegítima, y conviene examinarlos. Sin embargo, aunque el plagio parezca inevitable, ello no

puede ser un consuelo. No hay ganancia cuando se desconoce o se oculta su existencia, y menos cuando se busca justificarlo.

En este marco aparecen interrogantes ineludibles: ¿Cómo separar nítidamente una cosa de la otra? ¿Cuáles son los bordes que marcan la diferencia? ¿Quién tiene la autoridad para establecer la existencia del plagio? ¿Cómo se sanciona?

El hecho fundamental que permitió el uso de la palabra "creador" aplicada a las personas, lo constituye el paso desde la creación como algo que surge de la nada (*creatio ex nihilo*), a la creación como un fenómeno que arranca de los recursos disponibles. Eliminada esta primera condición, que reducía la creación sólo a un espacio divino, los mortales se convierten en creadores, pero ahora a partir de su mundo de experiencia. El mismo Hermes, aun siendo inmortal, para fabricar la primera lira debió utilizar un caparazón de tortuga y unos restos de intestino de buey adaptados como cuerdas.

Para la percepción corriente existe una gran diferencia entre crear y copiar. Ciertamente, dos procesos muy distintos, aunque expresados con palabras que formalmente sólo cambian por apenas unas letras. Sin embargo, no se crea en el vacío ni con el vacío; no hay adanismo en los procesos creativos. Este hecho de apariencia obvia, es medular, porque permite entender que la creatividad es una manera de utilizar provechosamente lo que tenemos, en un movimiento que tiene mucho de recursivo. En cualquier creación siempre interviene el tiempo y la memoria: elementos conocidos son ahora proyectados en nuevas dimensiones. Desde luego, en ningún caso como una mera réplica, como un ocultamiento o un gesto tramposo. Adicionalmente, la apropiación y uso del pasado tiene un valor formativo, y puede ser precisamente el soporte para un desarrollo creativo personal. Una forma obligada para acercarse a la creatividad es conocer el mundo en que se vive. Postular algún principio de "ascetismo informativo", a objeto de mantener un grado de virginidad y favorecer la originalidad, como se postula en un dudoso libro sobre el tema (Heinelt, 1979: 48), es bastante torpe. La base de la creación humana es forzosamente la experiencia acumulada. Salvador Dalí tenía una conciencia más fina sobre este asunto y aconsejaba a los nacientes artistas: "Empezad por dibujar y pintar al modo de los antiguos maestros, después podréis hacerlo según vuestro criterio, siempre se os respetará" (2004: 126).

De esta manera, por razones de diverso carácter, en efecto, crear tiene mucho de recrear. Los griegos del período clásico decían: "Había un Pilos antes de Pilos, y un Pilos aún anterior" (Johnson, 2007: 13); y Nietzsche llegó a decir: "No es ser el primero en ver algo nuevo, sino en ver como si fuesen nuevas las cosas viejas y conocidas, vistas y revistas, lo que distingue a los cerebros verdaderamente originales" (López, 2008: 90).

Metafóricamente, son numerosos los creadores que asumen asertivamente esta situación. Montaigne escribió: "Con tantas cosas

que tomar prestadas, me siento feliz si puedo robar algo, modificarlo y disfrazarlo para un nuevo fin. (…) Quien busca información debe buscarla en las aguas en las que flota" (Zweig, 2010: 64). Pablo Picasso decía con descaro que si había algo que robar, lo robaba (Walther, 1995); Martha Graham a su vez afirmaba, "robo lo mejor donde quiera que esté (Platón, Picasso, Bertram, Ross), soy una ladrona y me honro de ello… pienso que conozco el valor de lo que robo y lo atesoro como una herencia y un legado" (Gardner, 1995: 322); y el iconoclasta Marcel Duchamp suponía que eligiendo algo perteneciente a un periodo anterior y adaptándolo al trabajo propio, se podían conseguir líneas creadoras (Olislaeger, 2014).

Otros autores han puesto el acento en el modo en que continuamente los hombres se sirven de la naturaleza. Demócrito, en el siglo V, afirmaba: "Los hombres son en las cosas más importantes discípulos de los animales: de la araña en el tejer y remendar; de la golondrina, para la construcción de viviendas; y en el canto, del cisne y del ruiseñor, todo ellos por vía de imitación" (Llanos, 1968: 248). La misma idea está expresada mucho después por Ralph Emerson: "El cuerpo humano es el depósito de las invenciones, la oficina de patentes en que están los modelos de los que se tomó cada sugestión" (López, 2008: 66). Los testimonios son múltiples: los Cabiros, hijos de Hefesto, observaron a un cangrejo para fabricar las tenazas; el más importante estadio de las Olimpiadas de Beijing 2008, está fabricado a imagen de un nido de pájaros; y la teoría de la tecnología de Marshall McLuhan, sugiere que todas ellas son extensiones (copias) del cuerpo humano (1967, 1984).

Algo de esta problemática se manifiesta de singular manera en una pequeña historia asociada a Charles Chaplin. Cansado de tantos imitadores, resolvió demandar a uno de ellos, apellidado Amador, que había copiado su apariencia y sus rutinas; pero el hábil abogado que tomó su defensa logró demostrar que la indumentaria de *Charlot* no tenía nada de original, y que él mismo la había copiado. En 1899, un actor llamado George Beban utilizaba un bigote semejante; en 1892, un tal Harry Morris usaba unos inmensos zapatos; en 1898, el cómico Lenox salía a escena con un sombrero de hongo, y así sucesivamente (Villegas, 2003: 207-208). *Charlot* es el resultado de un largo proceso, al que contribuyen elementos habituales de la vida cotidiana, en eso tiene razón el abogado, pero sería muy injusto olvidar lo que Chaplin agrega. Este magnífico personaje corresponde a una inesperada articulación de elementos conocidos, es cierto, pero ahora con un sabor propio y en un ambiente de delicadeza y magia que no existían.

Las dificultades para discriminar en esta tarea no son menores, y surgen desde distintas perspectivas y en distintos momentos. Hablando sobre el genio, Alexander Gerard en el siglo XVIII escribió: "Al final, cada cosa puede ser reconocida como original a causa de que no sabemos quién se ocupó antes de ello" (2009: 32). Una percepción compartida, que ya había expresado Voltaire afirmando irónicamente que la originalidad no es más que una imitación inteligente (1966). Lo

mismo que el filósofo inglés Francis Bacon cuando planteaba que toda novedad es una forma del olvido (Quinton, 1985).

Así las cosas, el filósofo y matemático inglés Alfred Whitehead llevó el argumento a su mayor tensión, al afirmar que toda la filosofía occidental no es más que un conjunto de notas al pie en los diálogos de Platón (1956). Un enfoque reiterado con muchos formatos. En forma equivalente, Marguerite Yourcenar hace decir a su personaje Adriano: "Vivimos abarrotados de estatuas, ahítos de delicias pintadas o esculpidas, pero esa abundancia es ilusoria: reproducimos al infinito algunas docenas de obras maestras que ya no seríamos capaces de inventar" (1985: 150). De este modo, y con criterios de este tipo, muchos han negado, por ejemplo, el valor de los poetas trágicos, porque recogen una y muchas veces los temas que siglos antes proponían Homero y Hesíodo, o la creatividad de las obras de Shakespeare, surgidas de muchas lecturas previas.

Pero también hay posiciones más radicales. De la exuberante fantasía de Jorge Luis Borges surge una fórmula, ciertamente más poética que filosófica, que cierra el debate. En el berkeleyano planeta *Tlon*, en donde los habitantes conciben la realidad como un producto de la mente, el riesgo de plagio no existe: "En los hábitos literarios también es todopoderosa la idea de un sujeto único. Es raro que los libros estén firmados. No existe el concepto del plagio: se ha establecido que todas las obras son obra de un solo autor, que es intemporal y es anónimo". (1971a: 27). Ahora no tiene ninguna importancia quién firma un texto, y por extensión cualquier obra, porque la creatividad tiene un origen señalado y un único protagonista.

DOS

Este es el escenario en el que aparecen las acusaciones de plagio. En un tiempo imposible de fechar, la primera querella de este tipo se desata cuando Talos, sobrino del gran artesano Dédalo, toma casualmente una mandíbula de serpiente (otra versión dice un espinazo de pescado) y la utiliza para cortar una rama. Luego, habiendo advertido la potencia de su hallazgo, la reproduce en metal dando origen a la primera sierra. Ésta y otras invenciones le proporcionaron una gran reputación entre sus contemporáneos, excepto con su tío, quien afirmaba que el mérito de forjar la primera sierra le pertenecía. A continuación, Dédalo no encontró mejor manera de resolver la diferencia que empujar a su sobrino desde lo alto de la Acrópolis (Graves, 2007: 102-103).

En distintas épocas y en muchos lugares vuelven a aparecer historias singulares que van agregando complejidad al asunto. Los copistas medievales comenzaron pronto a diferenciarse. Algunos de ellos destacaron por su experticia o por su estilo; incluso se hicieron

comunes las relaciones de maestro y discípulo, y algunas formas de colaboración con ilustradores. Así, la fase de transcripción culminaba con el aporte de miniaturistas (del latín *minium*, rojo) e iluminadores (del latín *lumen*, luz). De este modo, aun cuando su tarea era de tipo reproductivo, no carecía de retos creativos. Entre los griegos y romanos los códices ya contenían ilustraciones, y diversos modos de decoración. En 1398 se acusó a Jacquemart de Hesdin de robar unas ilustraciones creadas por John de Holanda para una de sus obras. Fernando Báez, quien recoge este episodio, escribe: "Los iluminadores que se enteraban de que habían sido plagiados manifestaban estupefacción, abatimiento o indignación" (Báez, 2015: 435).

De allí en adelante acusaciones semejantes se han multiplicado; algunas más célebres que otras. Dos pensadores de categoría mayor, Newton y Leibniz, uno inglés y el otro alemán, se acusaron recíprocamente respecto a la creación del cálculo infinitesimal. En este caso se alcanzó una definición final, sin embargo, atravesada por la sospecha. La publicación de Leibniz ocurrida en 1684, es anterior a cualquier otra sobre el tema, pero un manuscrito de Newton producido varios años antes era conocido en círculos académicos ingleses. Las interpretaciones posteriores se ubican más bien en la idea de un descubrimiento simultáneo, pero en su momento dio lugar a intercambios agresivos y a descalificaciones mutuas. Al final, Leibniz buscó zanjar las cosas recurriendo a la *Royal Society*. Desafortunada ocurrencia, puesto que se trataba de una sociedad científica que no ofrecía garantía de imparcialidad. Paradojalmente, el mismo Newton ocupaba la presidencia; cargo en el que se encontraba desde 1703, y que ocuparía hasta su muerte. Una versión de la sentencia fue distribuida en universidades y centros de estudio. Por cierto, Newton se impuso en toda la línea (Ackroyd, 2012: cap. XVII). Un hecho que de paso muestra la insidiosa relación de plagio y poder

Nada para sorprenderse. El mismísimo Descartes es sospechoso de plagiar las leyes de la refracción, relativas al cambio de dirección de un rayo de luz al pasar de un medio a otro, formuladas por el matemático holandés Willebrord Snell (Allègre, 2005); y acusado de plagiar el *cogito*, que siglos antes se encuentra en las *Confesiones* de San Agustín (Comte-Sponville, 2011).

La publicación de la *Encyclopédie*, esa gigantesca obra ilustrada, aparece asociada a una acusación de plagio. El cura jesuita Berthier, escribió un artículo en el *Journal de Trévoux*, en el cual se afirma que la clasificación del conocimiento humano publicado en el *Prospestus* que precede a la obra, está plagiado de una propuesta de Francis Bacon. Con prontitud Denis Diderot rechaza la acusación, alegando que el nombre del filósofo inglés se encuentra en las referencias. Para mayor certeza, Jean D`Alambert agrega un apartado al *Discurso Preliminar*, centrado en la división de las ciencias de Bacon, en donde se lee: “No debe permitirse que se nos acuse de plagiarios ni siquiera sospechosos de tales” (1885: 181).

Los hermanos Wright llegaron a los tribunales para evitar el plagio de su flamante máquina voladora. Sostuvieron una extensa batalla legal en contra de Glenn Curtiss, que recién en 1914, a once años del primer vuelo controlado y dos años después de la muerte de Wilbur Wright, dio por resultado una sentencia favorable en la Corte de Apelaciones de Dayton (Tobin, 2003: 425).

En el último tiempo se han multiplicado las acusaciones de plagio contra el escritor peruano Alfredo Bryce Echenique. Recientemente la prensa de ese país informaba de un total de veintisiete acusaciones, todas ellas orientadas a denunciar la apropiación ilegítima de diversos textos, tomados especialmente de intelectuales españoles. La periodista chilena María Soledad de la Cerda, documentó la existencia de dieciséis casos entre los cuales se cuentan los plagios al periodista Juan Carlos Ponce y al escritor John Steinbeck. Junto con alegar que en algunos casos se trataría de errores lamentables, de responsabilidad de su secretaria, Bryce Echeniche avanzó también hacia una provocativa justificación: "El plagio es un homenaje" (*La Tercera*, 8 de abril de 2008). Esto es, al plagiar a un autor, al hacer desaparecer su nombre y de paso agregar el propio, se materializa realmente una especial muestra de respeto.

Chile no carece de célebres historias al respecto. Pablo de Rokha hizo público el plagio en que habría incurrido su enemigo literario y homónimo Pablo Neruda, al tomar el poema 30 de Rabindranath Tagore y convertirlo en su poema 16. El primero de ellos dice: "Tú eres la nube del crepúsculo que flota en el cielo de mis sueños, te dibujo según los anhelos de mi amor, eres mía, mía y habitas en mis sueños infinitos". Y el segundo: "En mi cielo al crepúsculo eres como una nube y tu color y forma son como yo los quiero. Eres mía, eres mía, mujer de labios dulces y viven en tu vida mis infinitos sueños". Como sea, plagio o no, a partir de la tercera edición del sus *Veinte poemas de amor y una canción desesperada*, Pablo Neruda incorpora un brevísimo epígrafe al poema 16, en donde se lee: "Paráfrasis a R. Tagore" (1967, Vol. I: 98).

Medio siglo después, otro distinguido poeta chileno recibió su propia acusación: Raúl Zurita habría copiado en más de una ocasión algunas canciones de Bob Dylan, conforme a la denuncia del escritor José Christian Páez. Particularmente, uno de los poemas de *Anteparaíso*, estaría tomado de una canción incluida en *Bob Dylan's 115th dream*. El texto de Dylan es el siguiente: "Dije: 'Podrías ayudarme? Tengo algunos amigos afuera'. El hombre dijo: 'Sal de acá o te haré pedazos'. Dije: 'Sabes, también rechazaron a Jesús'. Él dijo: 'Tú no eres Él. Vete antes de que te rompa los huesos. No soy tu papá". Zurita a su turno escribe: "Podría ayudarme -le dije- tengo unos amigos afuera'. 'Márchate de aquí -me contestó- antes de que te eche a patadas'. Vamos, le observé, usted sabe que también rechazaron a Jesús. 'Tú no eres Él -me respondió- ándate o te rompo la crisma. Yo no soy tu padre" (1982: 58).

También existen acusaciones grandiosas, formuladas de tal manera que difícilmente pueden ser evaluadas y resueltas. Paul Feyerabend, por ejemplo, se refiere a Karl Popper en los siguientes términos: "¿Acaso no saben que Popper ha ido robando todas sus ideas de aquí y de allí y que si hoy parece tan original es porque la mayoría de la gente y, sobre todo, los filósofos son analfabetos en historia?" (2009:159).

Otro caso, todavía más problemático y eventualmente imposible de dirimir, es el que plantea Michel Onfray. Este filósofo francés dedica a Sigmund Freud un extenso libro de gran sentido crítico y notablemente bien documentado, en el cual sostiene que "leyó mucho y citó poco", y fue en realidad un astuto plagiario. Escribe Onfray: "Freud organiza el mito de la invención genial y solitaria del psicoanálisis, cuando en realidad fue un gran lector, un prestatario oportunista de muchas tesis de autores hoy desconocidos que hizo pasar por suyas" (2011: 32). "Freud se pretende sin influencias, sin biografía, sin raíces históricas: la leyenda lo exige" (2011: 47). "Leyó mucho, sobre todo filosofía. Pero como no quiere decir qué, cuándo, ni revelar las fuentes, las influencias, sus relaciones con tal o cual pensador, debemos proceder a la manera de arqueólogos y buscar por doquier los afloramientos, rastrear huellas y, sobre todo, encarar excavaciones donde parezca que el *filósofo* Freud tomó préstamos de la filosofía para construir su visión de mundo, recubierta con el bello atuendo de la ciencia" (2011: 63).

A la hora de las conclusiones, se destacan numerosas deudas no reconocidas y se nombra a Empédocles, Spinoza, Schopenhauer y, ciertamente, a Nietzsche, al punto que Onfray sostiene que "el freudismo es un nietzscheanismo" (2011:60). Para mayor complicación, se puede agregar que Onfray olvida la poderosa metáfora de Platón, incluida en el *Fedro*, en la que realmente se anticipa el núcleo del psicoanálisis. En este relato el alma es representada como un auriga que debe gobernar a dos caballos alados de muy distinta naturaleza: uno racional y con sentido moral, y otro pasional, impulsivo e irracional.

Otra acusación, sin duda la más grandiosa, y con seguridad para algunos algo irritante, es la que formula Pepe Rodríguez: "Dios tampoco estuvo demasiado acertado cuando adjudicó a Moisés la misma historia mítica que ya se había escrito cientos de años antes referida al gran gobernante sumerio Sargón de Akkad (2334-2279 aC) que, entre otras lindezas, nada más nacer fue depositado en una canasta de juncos y abandonado a su suerte en las aguas del río Éufrates hasta que fue rescatado por un aguador que lo adoptó y crió. Este tipo de leyendas, conocida y perteneciente al modelo de 'salvados de las aguas', es universal y, además de atribuirse a Sargón y Moisés la encontramos en Krishna, Rómulo y Remo, Perseo, Ciro, Habis, etc. ¿Sabía Dios que estaba plagiando una historia pagana?" (2011: 37).

¿Cómo discriminar adecuadamente entre los antecedentes a los que recurre un autor, y su propio desarrollo a partir de ellos? Al fin de cuentas, nadie puede pensar con profundidad sin considerar lo que han

pensado otros. La historia de la cultura está allí, precisamente, para servirse de ella y dar sustento al espíritu creador.

Epicuro tomó la concepción atomista formulada siglos antes por Demócrito, y la usó como fundamento de su filosofía. Nietzsche, uno de los pensadores más originales en la historia de la filosofía, recogió de la literatura romántica alemana la oposición entre Apolo y Dioniso, dándole una elevación desconocida hasta entonces. Lo mismo vale para su propuesta del *eterno retorno*, prefigurada en la filosofía estoica. Algo parecido ocurre con el planteamiento de Thomas Kuhn sobre la estructura de las revoluciones científicas, dado que existen algunas coincidencias verificables en la obra de Alexandre Koyré o Ludwik Fleck.

Numerosos ejemplos están disponibles para enriquecer el comentario, pero también para complejizarlo. En uno de sus ensayos, Montaigne ofrece la siguiente afirmación: "La vida depende de la voluntad ajena; la muerte de la nuestra. La muerte voluntaria es la más hermosa" (Zweig, 2010: 80). En este caso, es evidente que el autor conoce las *Cartas sobre la muerte* de Séneca y las está parafraseando. Voltaire por su parte escribe: "No conozco otra libertad que la de no depender de nadie y he alcanzado esa meta tras perseguirla toda la vida" (Aramayo, 2015: 58). Con certeza, también en este caso, conocedor de la antigüedad griega, el autor no necesitaba que le recordaran la existencia de la filosofía cínica; y menos la figura de Diógenes *el Perro*, quién ya tenía por cierto que la verdadera libertad era no depender de nada ni de nadie.

Es bueno tener presente que Montaigne y Voltaire trabajan en una época en que no existía, como ahora en los ambientes académicos, la obligación de citar las fuentes; y que además escribían para un público que con seguridad conocía bien el contexto en que surgían esas afirmaciones. ¿Qué valor tiene esta circunstancia? ¿Los libera, es una atenuante o sólo es parte de la falta?

Como es obvio, esto no ocurre sólo en conexión con la escritura. El arquitecto Frank Lloyd Wright completó el *Museo Guggenheim* de Nueva York, una de sus obras memorables, cuando tenía 91 años. Con un diseño de gran originalidad, esta obra tiene la forma de un cono y un pasillo continuo que se eleva en espiral. La Torre de Babel mencionada en la *Biblia* (Génesis 11) es también un cono con una escalera externa en espiral. Numerosas imágenes de esta improbable construcción, incluida la pintura de Brueghel el Viejo en el siglo XVI y luego el grabado de Mateo Merian, tienen una forma similar. Cosa parecida ocurre con algunas representaciones del purgatorio de Dante, que recurren a una forma cónica rodeada de pasadizos y escaleras. Desde luego, el cono y el espiral son formas habituales en la arquitectura y no tienen derechos de autor. Lloyd Wright se apropió de ellas y la adaptó para un nuevo propósito, incorporando algunas diferencias, como invertir el cono y poner el pasillo en el interior. Con certeza un logro creativo.

Otro ejemplo señero tiene como protagonista a Diego Velázquez, el gran pintor oficial de la corte española en el siglo XVII. En una etapa madura de su vida, pintó *Las Meninas*, un cuadro de gran formato que tiene el perfil de una obra maestra. En el centro del cuadro está la infanta Margarita, hija de los reyes Felipe IV y Mariana de Austria, acompañada de las meninas María Agustina Sarmiento e Isabel de Velasco. Otros personajes intervienen en la escena, incluido Don José Nieto, el aposentador real en una imagen a contraluz. A un costado, dejando ver el borde posterior de un bastidor, el propio Velázquez con un pincel y una paleta de colores mirando de frente al espectador. El cuadro es un retrato y es también un autorretrato. En la pared del fondo, en medio de otras telas colgadas, un espejo refleja la imagen de los reyes de España.

Incorporar un espejo dentro de la tela, y con ello mostrar simultáneamente tanto a los modelos como al pintor, incluido su entorno inmediato, es definitivamente un acierto creativo. En plena Modernidad, una época empeñada en establecer una epistemología del objeto, Velázquez encuentra un formato pictórico para volver la atención sobre el sujeto. Este cuadro, pintado en 1656, tenía sin embargo un antecedente: el maestro holandés Jan van Eyck, había pintado en 1434 un cuadro titulado *Giovanni Arnolfini y su esposa.* En esta obra se utiliza por primera vez el recurso de incluir un espejo sobre el fondo de la tela. En este caso, el espejo se encuentra detrás de la pareja y ofrece de modo difuso la imagen del artista. Velázquez conocía esta obra y precisamente encontró en ella la fórmula que buscaba para lograr una obra memorable (García y Olivares, 2015). Una idea ya ejecutada, que supo valorar y adaptar a su proyecto.

¿Es legítimo formular sospechas de plagio a partir de elementos tan parciales? Se trata de autores y artistas con una obra extensa, y en muchos sentidos de gran originalidad. Sería injusto invalidar a Epicuro, Nietzsche o Kuhn, a Montaigne o Voltaire, a Lloyd Wright o Velásquez, porque incorporan alguna tradición en su propio trabajo. ¿Cuál es la alternativa? En la creación humana no existe un punto cero; un comienzo autosuficiente. El camino jamás carece de huellas, ni el escenario de resonancias; ningún autor escribe en una hoja en blanco, ni el pintor en una tela virgen. En cada caso, todo el tiempo, hay una historia previa, unos antecedentes, elementos dispersos, experiencias acumuladas. En algún sentido, todo genuino resultado creativo habla también del pasado.

Sospechas y acusaciones de este tipo, y probablemente otras semejantes, al margen del atractivo académico que presentan, especialmente en la perspectiva de un ejercicio intelectual de confrontación crítica, de un hedonismo de las ideas, no parecen tener posibilidades claras de arribar a un veredicto acordado. Más difícil todavía, establecer a quiénes debiera corresponder la responsabilidad de pronunciar la sentencia.

TRES

Desde luego, la existencia de numerosos casos de plagios, con mayor o menor probabilidad, con diferentes matices, en distintas épocas, lugares y campos de actividad humana, no puede ser un consuelo ni una justificación. Ello sólo revela la complejidad del hecho y a su manera plantea un imperativo de claridad. No es deseable que la diferencia entre crear y copiar quede reducida a un valor cero, o que las relaciones entre creatividad y ética se den por descontadas.

El *Gran Hacedor* es el único creador que observa todo sin necesidad de mirar hacia atrás, ni asumir deudas en su producción creativa. El resto, simples mortales, trabajamos invariablemente a partir de numerosos antecedentes previos, de modo que la ruptura y la continuidad con alguna tradición no puede exhibirse como un factor que rebaja la creatividad, más bien debe entenderse como un respaldo. Cualquier manifestación creativa pone a la vista la presencia de alguna mezcla, combinación o articulación entre elementos previamente distanciados. En particular, la creatividad supone, y ciertamente exige, un activo diálogo entre fantasía y lógica.

Muchos grandes creadores han sido conscientes de esta continuidad. Es clásica la expresión de Esquilo, relatada por Ateneo en el siglo III, según la cual sus tragedias no serían más que "migajas del gran festín de Homero" (VIII, 347e). Isaac Newton, considerado el mayor científico de la historia, llegó a decir: "Si pude ver más lejos que mis predecesores, fue porque ellos, gigantes de talla, me levantaron sobre sus hombros" (Claro, 2008: 39). Con esto en realidad sólo parafraseaba (tal vez plagiaba) al filósofo neoplatónico Bernardo de Chartres, quien escribió en el siglo XII: "Somos enanos encaramados en los hombros de gigantes. De esta manera vemos más y más lejos que ellos, no porque nuestra vista sea más aguda o nuestra estatura más alta, sino porque ellos nos sostienen en el aire y nos elevan con toda su altura gigantesca" (Le Goff, 1966: 31). En este marco, se puede observar con algún detenimiento el caso de los poetas trágicos y el de Shakespeare.

El género trágico surgió en el siglo VI aC, como un espectáculo de poderosas resonancias emocionales, combinando canto, actuación, música y danza. Con una excepción, todas las tragedias conservadas giran en torno a temas tomados principalmente de Homero y Hesíodo. Los poetas trágicos tomaron una y otra vez relatos ya conocidos. ¿Este hecho anula los méritos creativos de la tragedia? No realmente; la originalidad de estas obras no puede juzgarse en el plano literal del acontecimiento, sino en el de la interpretación. El desarrollo que cada autor lograba, ponía a la vista significados no previstos.

La tragedia obtiene sus contenidos de fuentes tradicionales, es efectivo, pero no simplemente para evocarlos, sino como un pretexto para debatir los asuntos propios de la *polis*, como la justicia, el poder, la guerra, el crimen, la culpa o el castigo. Tomar estos temas y

proponerlos para enfocar situaciones nuevas, una crisis o un problema que exige solución, hacen del género un recurso para presentar los antiguos mitos desde una perspectiva ciudadana. Fuertemente vinculada a las preocupaciones de la *polis*, marca una etapa en la formación del hombre cívico y del ciudadano responsable. No es sólo un fenómeno artístico, es también una institución política unida al curso de la democracia.

El poeta Esquilo, por ejemplo, escribió una obra trágica dedicada a *Prometeo*, personaje de dos poemas de Hesíodo. Lo mismo respecto de la *Orestíada* en donde se recrea la muerte de Agamenón a manos de su esposa Clitemnestra y su amante Egisto, asunto anticipado tres siglos antes por Homero. Ambos casos, sin embargo, están desarrollados en un formato y con una intención que no tienen relación con sus versiones originales. Prometeo deja de ser un astuto engañador de los dioses, de perfil soberbio, para convertirse en un héroe cultural, lúcido y auto determinado. En tanto que el asesinato de Agamenón es ahora utilizado para plantear un asunto de la mayor importancia para el destino de la democracia, como es el paso de la venganza a la justicia (López, 2012).

Otro caso de interés relativo a la tragedia griega está encarnado por Eurípides, el más joven y el más ilustrado de los poetas trágicos. En efecto, con 76 años opta por el destierro voluntario, y en esas condiciones concluye su tarea intelectual componiendo tres tragedias: *Ifigenia en Áulide*, *Alcmeón* y *Bacantes*. En la última de ellas, un punto culminante de su creatividad, el poeta prácticamente se reinventa dando un poderoso giro en su producción intelectual, y generando su mejor obra. El especialista Gilbert Murray escribe: "*Las bacantes* es la más formal de las tragedias griegas conocidas; su Coro es el alma misma de la obra, y sus tiradas líricas son tan extensas como magníficas. Y lo más curioso es que, en tan extremado rigor formal y lealtad a la tradición arcaica, Eurípides haya alcanzado su mayor originalidad y su libertad más generosa" (2014: 144). Así, a pesar de mantenerse apegado a los viejos cánones del género, y a partir de un tema tradicional, el poeta consigue su mayor logro creativo. Representada póstumamente en Atenas el año 405 aC, es de suponer que el primer premio obtenido en el certamen respectivo, no fue casual, sino un índice de la certeza con que captó el sentido de una divinidad vivamente arraigada en la población.

Por su parte, Shakespeare escribió el *Hamlet* a partir de una historia tradicional danesa que ya tenía dos versiones. La primera en el siglo XII escrita en latín por Saxo Grammaticus y la siguiente por Francois de Bellesforest en el siglo XVI. Esta obra cumbre de la creatividad literaria no surgió de la nada, sino de unos relatos tradicionales. Shakespeare efectivamente recibió el asunto principal de su ambiente, pero eso no es todo porque agregó escenas y personajes. Desde luego, incorporó el fantasma del padre de Hamlet; la llegada de los actores; la representación de una obra dentro de la obra para observar la reacción del rey Claudio, el asesino sospechoso; la escena entre Hamlet y su madre después de la representación; la locura de

Ofelia y su suicidio por inmersión; los personajes Osric y Fortinbras; el papel de Laertes como vengador; el sepulturero y el funeral en el cementerio de la iglesia, entre otros elementos (Johnson, 2007:99). Sobre todo, convirtió a Hamlet en un personaje de insondable subjetividad, un verdadero paradigma de la indecisión envuelto en un mar de dudas, con la voluntad paralizada en medio de una confusa avalancha de pensamientos.

Todos los logros creativos arrancan de alguna realidad previa; del aporte de la cultura, de las generaciones anteriores, de aprendizajes que ni siquiera se recuerdan como tales. La cuestión crucial está en la posibilidad de ir más allá a partir de aquello que se ha recibido, descubierto o seleccionado. Crear y copiar son procesos muy distintos, sin duda, considerando que es preciso renunciar a cualquier pretensión de adanismo, y aceptar que la *creatio ex nihilo* está negada a los hombres. Cada creación tiene necesariamente un contexto, y como tal debe ser observada en esos términos.

Con propiedad, esto último ha generado las condiciones para hablar de intertextualidad en conexión con los fenómenos creativos. Este concepto que se puede rastrear hasta Bajtín y se encuentra formulado por Julia Kristeva, asume como inevitable una relación de reciprocidad entre los distintos textos (Villalobos, 2003). Unos textos habitan en otros textos; todo el tiempo hay una relación, directa o sutil, de un texto actual con muchos otros anteriores, conocidos o no por el autor. Cada texto es fatalmente un intertexto. Apunta a un fenómeno evidente de la creación intelectual, que de paso abre otra vertiente para el debate sobre las diferencias y los límites entre crear y copiar, pero ello no significa que la distinción se haya esfumado.

Con seguridad, al menos algo de esta problemática estaba en la mente de Walter Benjamin cuando soñaba con un libro enteramente hecho de citas (Steiner, 2011: 25); y de alguna manera este es también el contenido de la *ley fundamental de la biblioteca* formulada por Borges. Esta ley reconoce que todos los libros, sin excepción, tienen los mismos elementos: puntos, comas, espacios, y, por cierto, las letras del alfabeto. Aun así, "no hay en la vasta Biblioteca, dos libros iguales" (1971b: 89).

Se puede crear hasta el infinito, sin necesidad de llegar al plagio, a la copia mecánica o la réplica astuta. Margaret Boden, especialista en psicología cognitiva e inteligencia artificial, ha dicho: "Aun si supiésemos el contenido completo de la mente de alguien, la complicación derivada de sus poderes asociativos impediría una predicción detallada de sus pensamientos" (1994: 313).

Así, una concepción en extremo purista anula la posibilidad de crear, porque nada podrá ser completamente original. Inversamente, una visión demasiado indiferente a los matices arroja todo a un campo de arbitrariedad. La fórmula parece estar en la capacidad para advertir que ni la originalidad ni la relevancia, propias de un resultado creativo, son criterios absolutos. La creatividad siempre implica un juicio, a la

vez personal y social. Más aún, pone en juego algún sistema de preferencias; es expresión de un propósito, de una opción, en suma, es un gesto asociado a la libertad.

Al hilo de estas reflexiones, existe una certeza: la creación personal o colectiva supone llevar lo conocido más allá, elevarlo a otra dimensión, ponerlo en otro contexto, aplicarlo de nueva manera, en fin, proyectarlo de un modo parcialmente inédito. En modo alguno puede tratarse de una mera reproducción, de un movimiento vacío.

En el trabajo intelectual la originalidad nunca es absoluta; no puede serlo. Homero no fue plenamente original, no lo fue Platón, ni lo fue Magritte, ni Picasso, ni Heidegger. Al mismo tiempo, las ideas que nos brinda con generosidad la historia del pensamiento, de la filosofía, la ciencia o la literatura, están para ser usadas. Cumplen su mejor función cuando las personas las recogen, las discuten o bien las transforman; cuando son llevadas al dominio de la experiencia. Es preciso apropiarse de ellas y convertirlas en orientaciones para vivir, en criterios para razonar y para decidir. Son una vía de acceso al sentido del mundo privado y del mundo en que vivimos.

Hasta este punto no hay problema, pero una cosa distinta es recoger furtivamente un texto, borrar el nombre del autor y agregar el propio. Borges cuenta que sólo Pierre Menard pudo ser considerado autor del *Quijote*, sin que alguien tuviese autoridad para insinuar siquiera que se trataba de un saqueo. En este caso no cabe confundirse: "Su admirable ambición era producir unas páginas que coincidieran palabra por palabra y línea por línea con las de Miguel de Cervantes" (1971c: 49-50).

Ironías aparte: ¿Qué ganancia hay en desconocer, suavizar u ocultar la existencia de un plagio, y todavía en procurarle una metafísica? Una cosa es plantear los elementos de un problema, sus dificultades e imposibilidades; y otra desentenderse de él o darlo por descontado. Alejandro Dumas afirmaba que "el hombre de genio no roba, conquista" (Maurel-Indart, 2014: 16). Una retórica dudosa, acaso interesada, que abre la puerta a la arbitrariedad y permite justificar cualquier atropello. Tal vez Agostino Nifo estaba persuadido de lo mismo cuando publicó con su nombre un documento que después se conocería como *El Príncipe*. Basado en su experiencia como funcionario al servicio de la ciudad de Florencia, y muy cercano al gobierno, Nicolás Maquiavelo redactó un breve manual destinado a un uso privado enfocado en el difícil arte de gobernar. Nunca fue su objetivo publicar el texto. A pesar de ello, a comienzos del siglo XVI éste circulaba en copias manuscritas, y era comentado en círculos ligados al poder florentino. Nifo, un maestro que en algún momento dictó clases en la Universidad de Pisa, tomó el manuscrito y lo publicó en Nápoles, con el título *De regnandi peritia* (*El arte de reinar*). Era el año 1523 y Nifo sólo tuvo que hacer dos cambios significativos: borrar y agregar. En efecto, suprimió el nombre del autor original y agregó el propio. Su contribución creativa se redujo a concebir un nuevo título (Iturralde, 2015: 67).

Un refinamiento mayor se encuentra en un párrafo del escritor francés André Gide: "A menudo a una gran idea no le basta con un gran hombre para ser expresada, valorizada por completo; un gran hombre no le alcanza: es necesario que varios se dediquen a ella, retomen esta idea primera, la vuelvan a decir, la refracten, le rescaten una última belleza" (Maurel-Indart, 2014: 153). Nada fuera de lugar en todo ello; el mundo de las ideas es un espacio abierto y ninguna persona debe ser censurada de antemano. Todos están invitados y con legítima autoridad cualquiera puede intervenir. Claro está, a condición de reconocer los límites en juego, y establecer los méritos de cada cual cuando corresponda y en el momento en que corresponda.

Los libros son valiosos especialmente cuando aprendemos a separarnos de ellos, cuando fortalecen la mirada y las posibilidades de acción; no cuando son ocasión de sumisión y veneración. Lo mismo en otros casos: una pieza de teatro, una pintura, un poema, un informe científico o cualquier obra, sin importar su género, época o lugar. Manifestaciones todas ellas del espíritu creativo, objetos de deseo y de goce, buenos recursos, instrumentos valiosos, fuerzas inspiradoras y provocadoras; pero en ningún caso modelos para calcar.

REFERENCIAS

ACKROYD, P. (2012). *Newton. Una biografía breve*. México D. F.: FCE.
ALLÈGRE, C. (2005). *Un poco de ciencia para todo el mundo*. Barcelona: Paidós.
ARAMAYO, R. (2015). *Voltaire. La ironía contra el fanatismo*. Madrid: Ibérica.
BÁEZ, F. (2015). *Los primeros libros de la humanidad.* México D. F.: Océano.
BLOM, P. (2007). *Encyclopédie. El Triunfo de la razón en tiempos irracionales.* Barcelona: Anagrama.
BODEN, M. (1994). *La mente creativa.* Barcelona: Gedisa.
BORGES, J. L. (1971a). *Tlon, Uqbar, Orbis Tertius*. Incluido en *Ficciones*. Buenos Aires: Emecé.
------- (1971b). *La Biblioteca de Babel*. Incluido en *Ficciones*. Buenos Aires: Emecé.
------- (1971c). *Pierre Menard, autor del Quijote*. Incluido en *Ficciones*. Buenos. Aires: Emecé.
COMTE-SPONVILLE, A. (2012). *La filosofía. ¿Qué es y cómo se práctica?* Barcelona: Paidós.
CLARO, F. (2008). *De Newton a Einstein y algo más*. Santiago: PUC.
DALÍ, S. (2004). *Diario de un genio*. Barcelona: Tusquets.
D' ALEMBERT, J. (1985). *Discurso preliminar de la Enciclopedia*. Madrid: Aguilar.
ESQUILO, SÓFOCLES Y EURÍPIDES (2004). *Obras completas*. Navarra:

Cátedra.
FEYERABEND, P. (2009). *¿Por qué no Platón?* Madrid: Tecnos.
GARCÍA, S. & OLIVARES, J. (2015). *Las Meninas*. Bilbao: Astiberri.
GARDNER, H. (1995). *Mentes creativas.* Barcelona: Paidós.
GRAVES, R. (2007). *Los mitos griegos*. Madrid: Alianza.
GERARD, A. (2009). *Un ensayo sobre el genio*. Madrid: Siruela.
HEINELT, G. (1979). *Maestros creativos. Alumnos creativos*. Buenos Aires: Kapelusz.
ITURRALDE, I. (2015). *Maquiavelo. De príncipes y otros animales políticos*. Madrid: Ibérica.
JOHNSON, P. (2007) *Creadores*. Buenos Aires: Vergara.
LE GOFF, J. (1996). *Los intelectuales en la Edad Media*. Barcelona: Gedisa.
LLANOS, A. (1968). *Los presocráticos y sus fragmentos*. Buenos Aires: Juárez.
LÓPEZ, R. (2008). *Creatividad en todas sus letras*. Santiago: Universitaria.
------- (2009). *Prontuario de la creatividad* (2009). Santiago: Bravo y Allende.
------- (2012). *Diccionario de la Creatividad*. Santiago: Ed. Digital.
------- (2013). *La razón del mito*. Santiago: Edición Digital.
MARONNA, J. & PESCETTI, L. (2001). *Copyright. Plagios literarios y poder político al desnudo*. Barcelona: Plaza Janes.
MAUREL-INDART, H. (2014). *Sobre el plagio*. Buenos Aires: FCE.
MCLUHAN, M. & FIORE, Q. (1967). *El medio es el masaje*. Buenos Aires: Paidós.
MCLUHAN, M. (1984). *La comprensión de los medios*. México D. F.: Diana.
MURRAY, G. (2014). *Eurípides y su tiempo*. México D. F.: Fondo de Cultura Económica.
NERUDA, P. (1967). *Obras completas*. Volumen I y II. Buenos Aires: Losada.
OLISLAEGER, F. (2014). *Marcel Duchamp, un juego entre mí y yo*. México D. F.: Turner.
ONFRAY, M. (2011). *El crepúsculo de un ídolo. La fabulación freudiana*. Bs. Aires: Taurus.
QUINTON, A. (1985). *Francis Bacon*. Madrid: Alianza.
RODRÍGUEZ, P. (2011). *Mentiras fundamentales de la Iglesia Católica*. Santiago: Ediciones B.
STEINER, G. (2011). *Gramáticas de la fantasía*. Buenos Aires: Debolsillo.
TOBIN, J. (2003). *Los hermanos Wright*. Buenos Aires: El Ateneo.
VILLALOBOS, I. (2003). "La noción de intertextualidad en Kristeva y Barthes". *Revista de Filosofía de Costa Rica*. Vol. 41. N° 103. (137-145).
VILLEGAS, M. (2003). *Charles Chaplin. El genio del cine*. Barcelona: Folio.
VOLTAIRE (1966). *Diccionario filosófico*. Madrid: Clásicos Bergua.
YOURCENAR, M. (1985). *Memorias de Adriano*. Buenos Aires: Seix Barral.
WALTHER, I. (1995). *Picasso*. Colonia: Taschen.
WHITEHEAD, A. (1956). *Proceso y realidad*. Buenos Aires: Losada.
ZURITA, R. (1982). *Anteparaíso*. Santiago: Editores Asociados.
ZWEIG, S. (2010). *Montaigne*. Barcelona: Acantilado.

Nota del editor: Este texto fue presentado en una versión original como ponencia en el XVI Congreso Internacional de la Asociación Española de Semiótica, "Historias del presente: del documento al documental" (Universidad del País Vasco, Bilbao, España, nov. de 2015). El presente artículo es una reescritura considerablemente ampliada respecto del original.

Datos del autor

Ricardo López Pérez es Doctor en Filosofía por la Universidad de Chile. Profesor asociado en el Departamento de Educación en Ciencias de la Salud, Facultad de Medicina, Universidad de Chile. Investigador Adjunto del Centro de Estudios de la Creatividad y Educación Superior (CICES), Universidad de Santiago de Chile. Profesor del curso Pensamiento Creativo e Innovación en el Magíster de Comunicación Creativa de la Universidad Católica de la Santísima Concepción. Autor de los libros "Diccionario de Creatividad" (2006), "Creatividad con todas sus letras" (2008), "Prontuario de la Creatividad" (2009) y "Recorridos creativos" (2013).

asociación chilena de semiótica

[ARTÍCULO]

El fenómeno "insight" en el discurso publicitario

Raúl Bendezú Untiveros
Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación
raul.bendezu.u@gmail.com

Recibido: febrero de 2017
Aceptado: mayo de 2017

Resumen

El *insight* es un recurso creativo del discurso publicitario para conectar la marca de un producto u organización con los intereses del consumidor, destinatario o *stakeholder* del mismo. Ello se realiza utilizando elementos gráficos, visuales y verbales, para provocar relaciones afectivas y emocionales con el consumidor-destinatario. Se trata de recursos comunicacionales dirigidos hacia una persuasión más emotiva y menos racional, cuya base discursiva es semiótica, pues se sustenta en significaciones generadas a partir de segmentos textuales (enunciados multimodales) a partir de la textura del discurso publicitario. Este estudio presenta algunas consideraciones teóricas para poder realizar una aproximación desde la lingüística y la semiótica del discurso.

Palabras clave: publicidad; *insight* publicitario; discurso; práctica semiótica.

Abstract: *The phenomenon insight in the advertising discourse*

Insight is a creative resource for advertising speech to connect the brand of a product or organization with the interests of the consumer, recipient or stakeholder thereof. This is done using graphic elements, visual and verbal, to provoke affective and emotional relations with the consumer-recipient. These are communicational resources directed towards a more emotional and less rational persuasion, whose discursive basis is semiotic, as it is based on meanings generated from textual segments (multimodal statements) from the texture of the advertising discourse. This study presents some theoretical considerations to be able to make an approximation from linguistics and the semiotics of discourse.

Keywords: advertising; advertising insight; discourse; semiotic practice.

EL *INSIGHT* COMO PROBLEMA DE COMUNICACIÓN

Insight es una palabra de origen anglosajón que alude a la agudeza de ingenio. Su uso en lengua española se reconoce en discursos especializados tales como la terapia psicoanalítica, donde se refiere al proceso que consiste en traer los datos inconscientes conflictivos al consciente humano para comprenderlos en sus diversas influencias sobre la conducta humana (Valdivieso y Ramírez, 2002); en la metafísica se la observa como un acto de intelección para añadir una organización explicativa a fenómenos y eventos de diverso orden, más exactamente una filosofía (Lonergan, 1999); y en el ámbito de la comunicación mediática, publicitaria o *advertising,* se refiere a una conexión emocional y experiencial entre la marca de un producto y/o organización con el consumidor o grupo de interés (Wells, Moriarty & Burnett, 2007).

En la comunicación publicitaria la construcción del *insight* forma parte de las estrategias creativas para hacer comprensibles los vínculos significativos con sus destinatarios. El *insight* es un componente esencial en el desarrollo de una estrategia de la comunicación publicitaria, pues su filosofía es construir un puente efectivo para comunicar las ventajas diferenciales que caracterizan a la marca de un producto comercial particular. Específicamente, en el área de la planificación estratégica de la comunicación publicitaria, constituye un elemento esencial del *brief publicitario*[1].

En ese documento, en el inciso correspondiente al *customer insight* (*insight* del consumidor), se responden las siguientes preguntas: ¿qué motiva a la audiencia?, ¿cuál es la mayor verdad acerca de la relación entre la audiencia objetivo y la marca?, ¿cómo la comunicación de la marca logra identificar una experiencia vivencial que asocia al consumidor-destinatario con la marca-producto?

En términos publicitarios (Wells, Moriarty & Burnett, 2007; López, 2007) el *insight* corresponde al segmento del texto publicitario que "…siempre cruza con los intereses del consumidor y los rasgos de la marca (…) el planeador se dedica a desenterrar la relación (si la hubiera) que una audiencia meta tiene con una marca o producto, y la función que tiene esa marca en sus vidas" (Wells, Moriarty & Burnett, 2007: 196-197). A partir del enunciado correspondiente, genera una significación cuya naturaleza es multimodal (cruza las formas del lenguaje verbal con las del lenguaje gráfico y visual o audiovisual, según sea el caso). Este concepto se utiliza en publicidad desde hace

[1] El *brief publicitario* es un modelo breve y sucinto que contiene las indicaciones básicas según las cuales se van a determinar las decisiones estratégicas en torno a cómo realizar una campaña o acción de comunicación publicitaria. Por lo general, se halla al lado de la información en torno a cómo persuadir a los destinatarios objetivos de la comunicación publicitaria.

unos 15 años y está relacionado con lo que se conoce como publicidad emocional, ya que explora la relaciones emotivas y afectivas en torno a qué incentiva el producto-marca, cuándo y para qué se lo utiliza o qué recuerdos vividos hace rememorar, esto entre otras relaciones emocionales con su consumidor-destinatario las cuales trascienden la información sobre las diferencias o ventajas que el producto-marca posee como atributos.

> "Para hablar de *insights* tenemos que pensar en necesidades, expectativas, frustraciones, que la publicidad canaliza en productos y marcas para generar satisfacciones racionales y emocionales a nivel consciente e inconsciente, donde las firmas deben ser como ese mago que es capaz de convertir los sueños en realidad" (López, 2007: 40).

En el mensaje publicitario, el *insight* se puede expresar en el componente verbal, en el componente visual o en ambos a la vez. Es común pensar que el *insight* es una frase, pero puede ser una composición gráfica que conjuga imagen y palabra. Por ejemplo:

Imagen 1. Pedigree. *Insight* que compromete la marca con el usuario, cuya significación está dirigida hacia el compromiso y la emoción provocada por la adopción de una mascota.

La frase "a dog makes your life happier. Adopt" ("un perro hace tu vida feliz. Adopta") en tanto enunciado central, es correlativo a los dos segmentos visuales a modo de antes y después. En el componente verbal el *insight* se interpreta semánticamente como un evento con dos agentes activos, el "perro" (explícito) y el "adoptante" (implícito). En el componente visual los dos cuadros yuxtapuestos se interpretan semánticamente como un antes y un después, pues se explicita en el segundo, el elemento visual faltante en el primero, que es la imagen del "perro". Este es un ejemplo que muestra la modalidad de conexión entre el componente verbal y el componente visual formando una sola unidad textual cuyo fin comunicativo es generar *insight* publicitario. Se trata de un enunciado multimodal.

De acuerdo con ello, desde el punto de vista lingüístico, los *insights* publicitarios son frases cortas, o relativamente extensas cuando adquieren la forma de relatos breves y acotados a una sola acción relacionada con el consumidor-destinatario. Estas frases dan cuenta de la propuesta publicitaria central que la marca-producto pretende vincular con su destinatario. Por otro lado, desde el punto de vista multimodal, los *insights* publicitarios son segmentos gráficos-visuales coordinados entre sí para ser coherentes con las frases y enfatizar la persuasión emotiva cuando se lee el texto.

En todo caso, la finalidad del *insight* publicitario es establecer un vínculo o contacto experiencial y emocional que va orientando hacia generar una percepción memorable con una actitud para provocar una diferencia o una posición competitiva con otras marcas o productos del mismo rubro. Basta observar cómo hoy los diferentes medios de comunicación masiva presentan diversos mensajes cuyo eje es el destinatario activo, capaz de interpretar y no sólo asimilar información. Actualmente, en tanto actividad mediática, la publicidad hace conocer y, esencialmente, hace creíble una marca. Lochard y Boyer (2004) afirman que tres son los imperativos de la comunicación mediática: la captación, el espectáculo y la empatía.

En tanto actividad de comunicación mediática, la comunicación publicitaria actual desarrolla dichos imperativos en su producción. El objetivo de la comunicación publicitaria es captar la atención para lograr una respuesta emocional del consumidor-destinatario, y para ello se utilizan los recursos que ofrecen las diversas modalidades de producción de soportes expresivos como son los afiches o los *spots* sonoros o audiovisuales. De tal modo que la o las frases publicitarias son un elemento esencial para conseguir dicho objetivo, pero estas se complementan con un conjunto de procedimientos multimodales de comunicación como el diseño gráfico-visual y/o audiovisual, dependiendo de si se trata de una comunicación publicitaria gráfica impresa o una comunicación publicitaria audiovisual.

La propiedad comunicativa del *insight* publicitario es que se centra en el consumidor-destinatario en la perspectiva de una comunicación emocional, basada en experiencias familiares y gratas realizadas, a modo de un prototipo o modelo simbólico, entre la marca y su destinatario. Así, el *insight* es la expresión narrativa y/o argumentativa de un modelo de experiencia sociocultural que asocia los atributos de una marca como una promesa con el modelo de experiencia del destinatario-consumidor virtual o real. No solo genera publicidad exitosa, grata o bien lograda, sino que opera sobre los valores (de significado y sentido) de una marca. Entonces, supone un modelo de representación semiótica suficientemente empático con su destinatario objetivo.

En la comunicación publicitaria, informar y convencer son dos componentes claves. Tradicionalmente se afirma que esta ocurre

cuando el destinatario-consumidor ha aceptado e incorporado la información que se le entrega a través de la aplicación de los diferentes recursos de expresión material de los mensajes (Schultz y Tannenbaum, 1992). Por tanto, la manifestación de cualidades positivas de un producto y los beneficios que ofrece el mismo no son suficientes para la aceptación del mensaje, es preciso manifestar situaciones que califiquen las experiencias favorables y memorables para el consumidor-destinatario. Aquí el recurso creativo al *insight* publicitario es el factor esencial para que la comprensión de la información sea más sensible, más empática, esto es, emocional. Se trata de un encuentro entre razón y emoción.

En la actividad de comunicación persuasiva, la labor del publicista consiste en expresar una configuración textual que sea lo más adecuada posible para la consecución del objetivo emocional (Ruiz, 2000). Se trata de un hacer-creer (persuasión emocional) para lograr un hacer-hacer (actuar y decidir creer en algo o en alguien), es un proceso factitivo y eventivo que se configura en el texto y que se acepta de acuerdo a la accesibilidad y la aceptabilidad que permita dicho texto, esto es lo que se denomina aquí como condiciones de producción (información, persuasión) y condiciones de interpretación (accesibilidad, aceptabilidad), respectivamente, que va a configurar el conjunto de valores comunicacionales que van a definir la estrategia de comunicación manifestada.

EL *INSIGHT* COMO TEXTO Y DISCURSO

En las ciencias del lenguaje se reconocen dos términos para describir aquellas unidades que van más allá de los límites de la frase u oración: texto y discurso. Conceptualmente, se plantean diferencias que hacen posible su comprensión y su descripción como fenómenos del uso del lenguaje en un contexto particular. Maingueneau (1999) señala que el término *discurso* es objeto de un análisis que va más allá de su carácter puramente lingüístico, orientado hacia las condiciones de producción del texto, con lo cual "el discurso es concebido como la asociación de un texto y su contexto" (Maingueneau, 1999: 38). Añade que con frecuencia el término texto "se lo utiliza como un equivalente de enunciado, como una sucesión lingüística autónoma, oral o escrita, producida por uno o varios enunciadores en una situación de comunicación determinada" (Maingueneau, 1999: 97). Ambos conceptos se asimilan y se distinguen con fines metodológicos.

Por otro lado, el concepto *texto* se plantea como una unidad global analizada en un contexto comunicativo, "el significado del texto corresponde a un complejo integrado que cumple una función comunicativa" (Pérez y Vega, 2001: 16). En esta perspectiva, Pérez y Vega (2001) señalan que un texto es un todo comprensible, con un propósito comunicativo, y que para poder identificarlo debe cumplir con tres características esenciales: tener una finalidad comunicativa, es dependiente de un contexto (lingüístico, no lingüístico y situacional) y, finalmente, presenta una organización interna basada en reglas

gramaticales como en reglas de textualización particulares. Por tanto, el texto es una categoría con propiedades lingüísticas y propiedades sociocomunicativas, aproximándose al concepto de discurso.

Incluso es posible conceptualizar al texto como un documento, en tanto se trata de cualquier objeto que es portador de informaciones pertinentes, con valor significativo, relativas a un problema determinado que se organiza en base a reglas lingüísticas y semióticas como es el caso del texto audiovisual, el texto gráfico, el texto arquitectónico, el texto publicitario, entre otros (Stockinger, 2001).

Entonces, el texto es un segmento realizado en un soporte significante que puede ser escrito, oral o multimodal (gráfico, visual, acústico o audiovisual) que forma una unidad, independientemente de su extensión. Para explicar la estructura de un texto Renkema (2009) plantea el fenómeno de la conectividad como una propiedad de la 'textura' de un discurso. Así, analizar el texto o el discurso consiste en explorar un principio esencial de éste, es lo que se conoce como la *connectedness* (conectividad), como objeto de conocimiento de toda teoría del texto, pues su estudio son las conexiones explicitadas, e implicadas, por el texto con sus condiciones de relación verbal-visual-gráfica, que son las que permiten a los usuarios establecer la coherencia del texto. Para Halliday y Hasan (1976), el texto es una unidad semántica, una unidad de sentido, pero no de forma. La integración estructural existente dentro de las partes de un texto es de otro tipo a la que existe entre una oración o una frase. La relación del texto con la frase o la oración no es de tamaño, sino de realización, incluso en los textos multimodales. Ligado al concepto de texto está el de *textura*, expresa la propiedad de ser un texto: un tejido de signos relacionados como unidad (Halliday y Hasan, 1976).

Desde esta perspectiva, cualquier unidad de discurso se compone de elementos significativos (verbales, orales o multimodales) que están organizados y relacionados entre sí de manera explícita o implícita. Esta interrelación estructural y funcional es la propiedad de todo discurso: la *textura*. Dicha propiedad describe la dimensión del texto correspondiente al entramado de relaciones de sus unidades componentes, "un texto no es solamente una secuencia de oraciones, sino que, a partir de un conjunto de operaciones de diverso orden –trama y urdimbre-, se constituye como una unidad semántico-pragmática" (Casamiglia y Tusón, 1999: 217). Como señalan Halliday y Hasan (1976), el texto deriva su textura del hecho de que funciona como una unidad con respecto a su entorno. Los mismos autores distinguen en la textura dos tipos de redes semánticas: aquellas que se refieren al contexto y aquellas que se dan dentro del texto, corresponden al registro o estilo y a los de la cohesión, respectivamente. Halliday y Hasan (1976) precisan que el registro es el conjunto de configuraciones semánticas asociadas generalmente con el contexto situacional que define la sustancia del texto, incluyendo los componentes de su significado, social, expresivo, comunicativo y

representacional. La cohesión (correlativa al fenómeno de coherencia) es el conjunto de relaciones de sentido que es general a todo tipo de texto, con lo cual se distingue lo que es un texto de aquello que no lo es y también interrelaciona los significados esenciales del texto entre sí. A la cohesión no le concierne lo que el texto dice, más bien le concierne cómo el texto se constituye a modo de un edificio semántico. La idea de ambos autores es identificar las modalidades de configuración propias a un texto y que constituyen su sustancia en tanto textura.

Conectividad, interrelación, cohesión y coherencia son términos que corresponden a la propiedad de la textura. Renkema (2009) señala que la palabra textura está etimológicamente relacionada a la palabra texto, y que como propiedad del discurso da cuenta de la característica esencial de la estructura del discurso. Renkema (2009) hace referencia al término 'conectividad' que describe las conexiones entre los segmentos que conforman el discurso y que cubre dos fenómenos que dan cuenta de la textura del discurso: la cohesión y la coherencia. Por tanto, la propiedad de la textura posibilita comprender de manera homogénea los conceptos de texto y discurso que se señalaba al inicio como de uso aproximativo. Es la textura del discurso (Renkema, 2009), lo que posibilita la concepción y el método para describir las unidades lingüísticas y semióticas superiores a la frase o a la oración. Con esta perspectiva se dispone de un dispositivo teórico y metodológico que localiza conceptualmente los términos texto y discurso, evitando así las posibles confusiones entre ellos al describir los actos de comunicación discursiva.

Un denominador común de los conceptos de texto y discurso es que su realización se da en el marco de una situación de comunicación, y por tanto, supone una dinámica de interacciones comunicativas. Se puede afirmar que los textos publicitarios son las unidades de manifestación que pueden reconocerse como los mensajes particulares de un producto-marca en particular. Por otro lado, el discurso publicitario corresponde a la dimensión social y cultural que, en el caso de la publicidad, es la relación con una actividad típica de las sociedades postindustriales muy comprometidas con los aspectos subjetivos, racionales y emocionales que se expresan en el marco de las diversas actividades sociales desde mediados del siglo pasado.

El discurso publicitario articula el lenguaje natural (la lengua española estándar, por ejemplo), con el lenguaje publicitario (modelos y formatos de estrategia publicitaria) que contempla los recursos de creatividad léxicos y narrativos realizados por los creativos publicitarios como es el caso de la multimodalidad del texto publicitario correspondiente a la relación entre palabra e imagen, y por último, el discurso mediático que corresponde a los imperativos que provienen de los formatos mediáticos como el marketing de las comunicaciones que pretenden exponer la marca y el producto con la finalidad de impactar a sus públicos objetivos o destinatarios.

> "Desde el punto de vista del discurso, el texto publicitario corresponde a una unidad semántico-pragmática de sentido y no sólo de significado, una unidad de interacción intencionada,

> constituida por elementos verbales organizados y relacionados entre sí de manera implícita y explícita, cuya organización e interrelación se concretan en el texto de acuerdo a ciertas reglas de construcción, sustentadas en la competencia construccional y discursiva del enunciador y en las condiciones de producción aspectos que, en conjunto, colaboran en la construcción del texto" (Burdach y Pons, 2004: 67).

Ello da cuenta de la complejidad del discurso publicitario y esencialmente de cómo configura las condiciones de su disposición pragmática, respecto de la situación en la cual se emite el texto en particular, lo que da lugar a los procesos de interpretación situados en línea con su función discursiva. Este discurso promueve la implicación hacia un lector-enunciatario, el cual va a asumir una decisión pragmática que conduzca a un acto de consumo (práctico) o de recordación (cognitivo). Ésta es la base de la producción del efecto de sentido semiodiscursivo, de naturaleza práctica, semántica y cognitiva. Toda comunicación publicitaria tiene un fin perlocutivo, esto es, proponer y lograr el objetivo que pretende su comunicación. Éste consiste en buscar impacto a través del uso de los medios de comunicación, establecer una relación como forma de conexión simbólica con su destinatario y, finalmente, el entendimiento a través de argumentos persuasivos dirigidos a que los destinatarios desarrollen inferencias que manifiestan las expectativas de satisfacción práctica, racional o emocional. Así, la significación se orienta hacia la toma de decisiones sobre el valor de la marca y el consumo del producto. El lector-consumidor-audiencia reconoce el sentido de una marca como una "representación vertical" (Floch, 1993), como la significación que muestra la marca en acción, involucrada a una situación y asociada a unos valore en particular, por ejemplo:

Figura 2. Purina. "Tu mascota, nuestra pasión". La marca no es el producto, sino la significación que promueve, la emoción.

Desde una perspectiva lingüística de la argumentación publicitaria (Adam y Bonhomme, 2000), el género discursivo que caracteriza al discurso publicitario es doble. Supone, al mismo tiempo, una articulación entre lo que la retórica denomina el género epidíctico y

el género deliberativo. El primero corresponde a la parte descriptiva de la lengua y constituye el centro del arte de persuadir. El segundo corresponde a la argumentación propiamente dicha y a la eficacia que pretende. En el texto publicitario "…lo epidíctico se relaciona principalmente con la parte descriptiva de la lengua y lo deliberativo con su parte argumentativa" (Adam y Bonhomme, 2000:119).

El género epidíctico pretende consolidar la adhesión de los destinatarios con los valores compartidos con su enunciador, que en el caso del discurso publicitario aluden a valores sociales y culturales relativos a una economía basada en el consumo y la satisfacción personal. El género deliberativo desarrolla las estrategias argumentativas que el discurso publicitario realiza para desarrollar la credibilidad de los enunciados emitidos. Su finalidad es dar fundamento a las actividades textuales de persuasión, de factitividad y eventualidad discursiva. Estas estrategias pueden ser de dos tipos: los ejemplos y las comparaciones que presentan un caso o una situación particular para conducir al destinatario hacia conclusiones universales y el uso de las definiciones y las opiniones supuestamente compartidas o basadas en el principio de autoridad de la palabra de alguien que se presentan como verdades indiscutibles. Este mecanismo se basa en "el componente intersubjetivo de la argumentación publicitaria" que pone en juego la aceptación de los valores del discurso como valores subyacentes idealizados. Implica una competencia verbal que supone un problema esencial "…las condiciones de la instauración de la comunicación, el poder imponer la recepción. Para hablar, es necesario aquel o aquella que habla (A) considere que quien escucha (B) sea digno de escuchar (imagen que A se hace de B); es preciso que aquel o aquella que escucha (B) considere que quien habla (A) sea digno de hablar (imagen que B se hace de A)" (Adam y Bonhomme, 2000: 127).

Si entendemos que el objetivo del análisis del discurso, en general, es describir e interpretar los enunciados que atraviesan la sociedad, para explicar qué hacen los sujetos de la enunciación[2] con su actividad enunciativa, el análisis del discurso publicitario ha de describir las condiciones que la 'estructura informativa' genera en los participantes de la comunicación. Es decir, cómo se organizan las condiciones de producción de acuerdo con la 'textura del discurso', en un texto particular, y a partir de ello, cómo se organizan las condiciones de interpretación de acuerdo a la coherencia y aceptabilidad del discurso enunciado.

Desde la perspectiva que analiza la 'textura' del discurso o 'teoría de la conectividad' (Renkema, 2009) se explica que la estructura del texto lingüístico al identificar las uniones de cláusulas (enunciados

[2] Se entiende por *enunciación* el acto lingüístico vinculado a un contexto de comunicación. Desde el punto de vista lingüístico, el enunciado es el reflejo de la enunciación gracias a los deícticos con lo cual el enunciado adquiere un valor ilocucionario que 'muestra' el acto de habla correspondiente (enunciación) y que orienta las interpretaciones desde dicho acto lingüístico localizado espacial y temporalmente. En su origen conceptual, la enunciación es consustancial a todo acto de habla y de producción de discurso, como lo señala Émile Benveniste.

verbales) en contexto y en situaciones de comunicación particulares van a promover interpretaciones que involucran a los participantes de la comunicación como a los valores de significado asociadas a dicha situación (ejemplo, figuras 1 y 2). En el discurso publicitario, cuyo contexto es de orden multimodal (gráfico y visual) y de orden técnico, relacionado con las finalidades persuasivas de la comunicación publicitaria, las interpretaciones conducen a reconocer un producto y una marca asociados a una experiencia semio-cognitiva, con los beneficios que ella ofrece y con los valores que para el destinatario pueden ser beneficios. Ello asociado a un universo de referencias simbólicas que hacen posible que la semantización o cognición alcancen un grado de eficacia, como reconocimiento o complicidad interpretativas (Verón, 2004).

La 'teoría de la conectividad' propone dos principios, el discursivo y el dialógico, con los cuales se definen un conjunto de tipos de relaciones organizados en tres niveles, que van a ser parámetros de descripción: conjunción (orden y vinculación entre cláusulas), la adjunción (formas de composición y contenido de las uniones entre cláusulas) e interjunción (relación e intención de la relación entre los interlocutores).

El principio discursivo corresponde a los estudios correspondientes a la lingüística textual. Renkema (2009) entiende que el discurso es una macroproposición expandida, con lo cual sigue una perspectiva contraria a la visión de discurso sostenida por Van Dijk (1980) que plantea la macroestructura como un conjunto de proposiciones que pueden resumirse en una o más macroproposiciones. En tal sentido, lo que ocurre a nivel clausal, ocurre a nivel discursivo a modo de combinación de cláusulas o complejos clausulares.

El principio dialógico se basa en la interacción comunicativa, pues se activa en el marco de una situación de comunicación. Renkema (2009) presenta al texto como un lugar donde participan activamente escritor y lector, destinador y destinatario del discurso. Con el principio dialógico se propone que las relaciones de discurso pueden describirse por su capacidad para satisfacer las expectativas del lector. Las diferentes preguntas que puede hacerse el lector se materializan en relaciones estructurales que en sí son actos de habla. Ambos principios constituyen un modelo para el análisis sobre la composición de las relaciones discursivas (Renkema, 2009: 17). A partir de ellos se plantean tres niveles de descripción: conjunción (aspectos formales de conexión entre segmentos), adjunción (conexión entre conceptos o informaciones expresadas) e interjunción (conexión basada en la relación entre destinador y destinatario, corresponde al principio dialógico). El primer nivel de la 'conjunción', se describe en términos de:

- Ubicación (*location)*: describe el orden (antes o después) de los segmentos y el contacto (base y extensión);

- Orden (*ordination*): describe el estatus de las cláusulas en términos gramaticales (subordinación, coordinación e interordinación);
- Combinación (*combination*): describe los modos como las cláusulas se vinculan entre sí en términos de referencia (repetición, sustitución y colocación); relación (conexión), y vínculo cero (conexiones elípticas y puentes) entre ellos.

Así, la descripción se efectúa a partir de la ubicación del segmento que se analiza, la importancia relativa de dicho segmento en términos sintácticos y de contenido informativo, y la cohesión lexical del segmento con otros dentro del discurso. En la descripción, es posible que se presenten variables complejas en torno al estudio de las conexiones, como el caso de las elipsis o la conectividad cero. Otro aspecto relevante para la descripción de las relaciones entre segmentos, es la importancia de un segmento que representa fenómenos lingüísticos como la repetición, la colocación o la sustitución.

El segundo nivel es el de la 'adjunción', añadido al nivel anterior, donde se agrega información a un segmento particular del discurso. Las categorías que configuran las relaciones discursivas en este nivel son:

a. La elaboración, que conecta un solo segmento a un concepto en el discurso agregando detalles o características en términos cuantitativos o cualitativos.

b. La extensión, donde se presenta nueva información relacionada con conceptos y/o eventos de una cláusula (secuencia, contraste y disunción).

c. La expansión o reforzamiento, donde se encuadra un evento dentro de otro segmento a modo de información adverbial (lugar, tiempo, modo y causa).

El tercer nivel de la 'interjunción', corresponde a la interacción comunicativa, se le considera un nivel profundo ya que involucra la intención de la relación entre los participantes en el marco de las conexiones discursivas. Se distinguen tres categorías:

a. La categoría de relaciones expresivas compuestas, a su vez, por relaciones de presentación y de comentario en las que el emisor expresa su punto de vista con respecto a un tema en cuestión.

b. La categoría de las relaciones procesales, a través de las cuales se busca mantener el flujo de la comunicación, se manifiesta en términos de relaciones de explicación, de metatexto y de atributo.

c. La categoría de las relaciones de impresión, se establecen con la finalidad de influir en el estado mental del lector, se manifiesta en términos de atención, de aceptación y de acción.

Estos tres niveles de descripción, constituyen el 'modelo de la conectividad' (Renkema, 2009: 65) equivalen a los conocidos niveles sintáctico, semántico y pragmático, éste autor prefiere sustituirlos por las relaciones de conjunción, adjunción e interjunción, pues ellas definen una identidad teórica frente a otras perspectivas y además porque describen niveles de relaciones donde lo gramatical y lo discursivo (comunicacional) se complementan para el análisis de las conexiones que manifiesta todo discurso. Con dicho modelo se propone una taxonomía de las relaciones del discurso, a las cuales Renkema (2009) va a denominar 'arquitectura del modelo'.

Figura 3: Dog Chow: Un producto cuya marca promete satisfacer a la mascota (alimentación) y logra felicidad (valor de reforzamiento), con la nueva información: una niña con un cachorro de perro.

Renkema (2009) señala que el punto de vista para llevar a cabo el análisis de las relaciones discursivas es heurístico. En tal sentido, un factor relevante en el análisis de las relaciones entre unidades del discurso, es el de la interpretación. Esto es, en muchos casos una conexión entre dos segmentos del discurso puede ser susceptible de denominarse o interpretarse de varias maneras. En cuanto a este asunto, Renkema presenta once reglas para taxonomizar o codificar los fenómenos de conectividad discursiva. Las primeras cuatro reglas (inserción de segmentos limítrofes entre cláusulas, numerar los segmentos, componer el gráfico de conectividad a nivel global y luego a nivel local) contribuyen con la adecuada construcción de los 'gráficos de conectividad'. Por otro lado, las siete reglas restantes (chequear el orden de los segmentos , delinear los constituyentes en un segmento prontamente etiquetado, considerar el estatus gramatical del segmento, decidir sobre la importancia de la información mostrada en el discurso, explorar el vínculo referencial entre los constituyentes, decidir sobre el significado preciso de lo conectado y probar descubrir algo fuera del

discurso) constituyen claves para la codificación de los fenómenos que se trabajan en el 'modelo de la conectividad'. Asimismo, el autor propone tres estrategias para la desambiguación del tipo de relaciones discursivas (especificación, adaptación y proximidad) que se da en la relación entre destinador y destinatario del discurso.

EL *INSIGHT* COMO PRÁCTICA SEMIÓTICA

Hoy la comunicación exige que sea comprendida en su complejidad. Se trata de un proceso que no excluye, sino complementa actividades como: la transmisión o transferencia de información, la participación o interacción cooperativa, la creación y aceptación de creencias, y la eficacia cognitiva o de confiabilidad. La base de éstas es la generación de valores de sentido en torno a las relaciones sociales en la convivencia cotidiana. Estas actividades se complementan en tanto práctica de producción de sentido y de significación, en la instancia de una 'práctica semiótica' (Fontanille, 2014).

Una 'práctica semiótica' incorpora elementos lingüísticos, semiodiscursivos y comunicacionales. Como práctica de lenguaje –verbal, visual, multimodal, etc.-, produce sentido articulado, esto es, produce significación manifestada en un texto y reconocido como discurso en tanto genera articulaciones con diferentes dimensiones de la significación que depende de intervenciones como la de la mediatización. Como práctica semiodiscursiva, se organiza de acuerdo al uso de un lenguaje en el marco de una situación discursiva que implica la transformación de las acciones que involucran a la misma. "El curso de la acción transforma, en suma, el sentido puesto en la mira por una práctica en significación de esa misma práctica." (Fontanille, 2014, p.15). Como práctica de comunicación, involucra la transferencia de objetos valor (significaciones con sentido) para los participantes del acto de comunicación sea éste presencial o mediatizado.

El *insight* como 'práctica semiótica' se genera en la relación establecida por la acción enunciada: alimentar a una mascota y preocuparse por su salud (figuras 1 y 2) las cuales van a finalizar en una forma de vida, *ethos,* y comportamientos sociales cuya significación es la 'responsabilidad en el cuidado de las mascotas' cuyos valores estratégicos están asociados a la 'tenencia responsable de mascotas'.

En el marco de una comunicación estratégica, la 'práctica semiótica', se vincula al concepto que de 'significatividad relacional', eje conceptual para definir los componentes de un 'modelo semioestratégico de la comunicación':

Con ello se propone la siguiente definición: la comunicación es una práctica de producción de sentido accional cuya estrategia se basa en valores de significatividad relacional, esto es, genera una significación estratégica.

El fenómeno *insight* es un proceso de 'comunicación sensible', cuya finalidad es orientar en asuntos de alta complejidad social que pudieran provocar crisis sociales (Westphalen-Libaert, 2011), es el caso de la 'tenencia responsable de mascotas', asunto susceptible de orientar estratégicamente una situación o un comportamiento social. Éste se desarrolla en el marco de relaciones interpersonales según una realidad cambiante gracias al desarrollo de las tecnologías de la comunicación, el rol y el uso que las personas hacen de estos recursos y las diversas modalidades de intercomprensión (objetivo cognitivo de la comunicación) que en el marco de sociedades abiertas ha multiplicado los emisores y se han diversificado los intereses y preocupaciones frente a la actividad de las instituciones sociales los que complejizan la dinámica de la 'mediatización'. Es el caso de las comunidades de "animalistas" vinculados en redes sociales, quienes expresan la preocupación por el cuidado responsable de mascotas a través de marchas y denuncias sobre maltrato animal tanto en las redes sociales como en la prensa.

Se entiende que la comunicación es una acción cooperante, sustentada en un nivel de confiabilidad sobre 'la palabra del otro' (Greimas & Courtés, 1982). Confiar en la palabra de otro, en una dimensión interactiva, puede ser resultado de un proceso argumentativo y retórico que es persuasivo y manipulatorio[3]. Para la teoría de la argumentación, la interacción retórica compromete juicios de valor (*ethos*), usos de lenguajes (*logos*) y acciones del auditorio (*pathos*) cuya finalidad es dar un lugar al sujeto en la comunicación de la que participa (Meyer, 2013). La estrategia de comunicación argumentativa se realiza en el marco de la comunicación mediatizada para articular el juego estratégico cuya finalidad es convocar a los individuos a expresarse en torno a un valor presentido (cuidado responsable) y que va a escenificarse en opiniones (comentarios en redes sociales) y acciones consecuentes (marchas en calles con alta visibilidad pública). Esta dinámica estratégica busca crear lazos de conocimiento compartido entre las personas y las organizaciones sociales comprometidas ("animalistas").

Por otro lado, el ser humano debe creer para dar sentido a aquello que sabe. La creencia es el soporte de todo conocimiento y sobre todo de la comunicación. No basta con saber, hay que creer.

[3] Desde la semiótica del discurso se puede plantear que existen al menos cuatro dimensiones interactivas de la comunicación: la dimensión factual o informativo-referencial, la dimensión factitiva o persuasivo-manipulatoria, la dimensión fiduciaria o de confianza valórica mutuamente compartida, de tipo sensible y la dimensión de presentificación o de percepción sobre el sentido de la presencia de otro en la relación interactiva.

Dicha dinámica está semiotizada[4] en diversas acciones de comunicación cuya finalidad es consolidar una comunicación cultural donde los contenidos comunicados son valores más que datos informacionales. Así, se establece una dinámica de flujos de sentido y de significación a modo de fuerzas semióticas que comprometen la intercomprensión y la inteligibilidad de la comunicación, pues entender el decir de alguien no consiste sólo en reconocerlo, sino en asumirlo como creíble no por o en sí mismo, sino cómo se va co-construyendo significativamente entre los actores involucrados por la comunicación. A ello la semiótica del discurso denomina 'flujos atencionales' que constituyen en el discurso las condiciones de una 'significación sensible' cuya base es una significación afectiva y emotiva (Fontanille, 2001).

La atención es el sustrato significativo de la sensibilidad que es una tensión, puesto que vamos co-construyendo la significación y la sensibilidad. Lo que comunicamos va más allá de los conceptos, de las ideas o de los contenidos, va hacia la co-construcción de confianza. Creer en lo que dice una organización es una parte, la otra es hacer propia dicha creencia y materializarla en conductas de acción y en la toma de decisiones para aceptar y ser parte activa en la construcción del sentido social de una organización.

El concepto semiótico de 'fiducia' nos invita a reflexionar sobre el rol de una estrategia de 'significatividad relacional'. "Creer en ese destinador, fuente de los valores, es el acto por el que se inicia, localiza y consolida la existencia semiótica. Creer es crear los seres mismos del sentido. El creer funda la 'fiducia' como vínculo. Crea las plazas de los jugadores" (Quezada, 2009, p. 90). En el *insight*, las 'plazas de los jugadores' generan significaciones favorables como fuente de valores (protección y cuidado de mascotas) que generan cohesión coyuntural en tanto se comparte la percepción de un anti-valor (abandono y maltrato), los que a su vez generan representantes actorales de dichos valores: los dueños de mascotas, responsables de dichas acciones, reforzadas por el rol de la institucionalización de dichos valores en demandas y denuncias civiles y en reglamentos o leyes ('ley de tenencia responsable de mascotas').

Los niveles de pertinencia (Fontanille, 2014) de toda 'práctica semiótica' mediatizada corresponden a planos de experiencia en torno a la generación de valores de sentido y de significación a través del uso de diversos signos y lenguajes. Dichos niveles de pertinencia se organizan según tres planos:

a) La 'escena práctica': referido a la producción e interpretación de la significación en el marco de una interacción comunicativa.

[4] Nos referimos a los procesos de significación realizados por textos y discursos producidos por las organizaciones sociales que son prácticas de lenguajes naturales (idiomas), lenguajes secundarios (medios de comunicación), lenguajes artificiales (instrumentos de intervención social o herramientas de acción comunicacional) y lenguajes del mundo natural (rituales de interacción como conversaciones, eventos o seminarios). El uso de esas prácticas de lenguaje o prácticas semióticas es complementario o alternativo, no necesariamente consecutivo.

Corresponde a la manifestación multimodal de los textos publicitarios como evidencia práctica (representación de una realidad experimentada por alguien) expresada según en lenguaje coloquial o publicitario (frase y/o imagen). La escena es una situación entre el usuario, el beneficiado (mascota) y el producto marca que se vinculan por razones funcionales (alimentar) o afectivas (proteger). Es la 'representación mediatizada'.

b) Las 'estrategias': según el cual cada escena práctica debe acomodarse a otras escenas prácticas lo que da lugar a una experiencia de coyuntura. Es cuando la práctica semiótica analizada se evidencia como 'experiencia constatable en la realidad' o una 'experiencia vivida por todos aquellos quienes poseen mascotas'. La cual puede ser comparada en cuanto a la realidad de los beneficios que muestra (puede ser el cao de referencias a experiencias de usuarios, opiniones de especialistas o datos sobre el consumo del producto). Corresponde a la experiencia en torno a la 'responsabilidad en el cuidado de mascotas'. Es la 'experiencia coyuntural'.

c) Las 'formas de vida': subyacente al de las estrategias, dan lugar a estilos de vida, a rituales sociales correlativos a un estado de cohesión social en torno a un valor social superior presentido como beneficioso o apreciado. Corresponde a la preocupación por el cuidado de las mascotas y la relación de convivencia dueño-mascota. El producto es el garante de un estilo de vida (cuidador responsable). Es la 'significación estratégica' que tipifica (y valora) socialmente la 'responsabilidad en el cuidado de mascotas´.

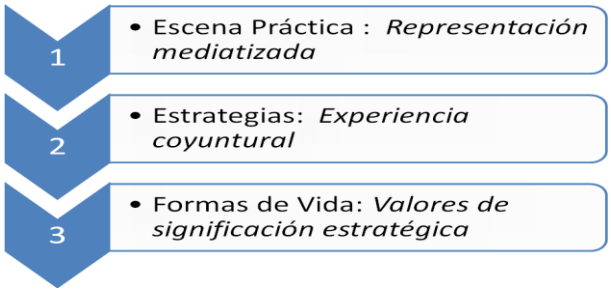


Figura 4. Niveles de pertinencia de la *práctica semiótica*.

CONCLUSIONES

Para realizar un estudio sobre el fenómeno del *insight* publicitario se pueden reconocer problemas particulares tanto en la lingüística del discurso como en la semiótica del discurso.

Desde la lingüística del discurso se han de considerar dos grandes fenómenos de comunicación, según el 'modelo de la conectividad': la conexión interpretativa entre el destinador-publicista y el destinatario-consumidor, en cuanto a las variables semánticas que generan la coherencia interpretativa del texto publicitario; y, la estructuración discursiva que se define en relación a un contexto que tiene dos dimensiones. Por un lado, la correspondiente a la situación de comunicación (los objetivos publicitarios de modo persuasivo) y, por otro, la correspondiente a la 'textura' de la comunicación (las intenciones de los participantes de la comunicación publicitaria asociada a un producto-marca particular). Desde la semiótica del discurso se ha de considerar el fenómeno de la práctica semiótica que corresponden a tres niveles de significación, en el marco de la 'significatividad relacional': la representación de una escena publicitaria como significación retórica y/o argumentativa, las estrategias de significación como experiencia coyuntural que organiza las interacciones desde el texto y los valores de significación estratégica que representan los objetos-valor de sentido relevantes al intercambio comunicativo.

REFERENCIAS

ADAM, J.M. & BONHOMME, M. (2000). *La argumentación publicitaria.* Madrid: Cátedra.

BURDACH, A. M. y H. Pons (2004). "El entramado persuasivo del texto publicitario". En: Harvey, A.M. (comp.), *En torno al discurso. Contribuciones de América Latina* (pp. 66-78). Santiago: Ediciones Universidad Católica de Chile.

CALSAMIGLIA, H y Tusón, A. (1999). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso.* Barcelona: Ariel.

FLOCH, J.M. (1993). *Semiótica, marketing y comunicación. Bajo los signos, las estrategias*. Barcelona: Paidós.

FONTANILLE, J. (2001). *Semiótica del discurso.* Lima: Fondo de Cultura Económica-Universidad de Lima.

FONTANILLE, J. (2014). *Prácticas semióticas.* Lima: Fondo de Cultura Económica-Universidad de Lima.

GREIMAS, A. & Courtés, J. (1982). *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos.

HALLIDAY, M & Hasan, R. (1976). *Cohesion in English.* London: Longman.

LOCHARD, G. & Boyer, H. (2004). *La comunicación mediática.* Barcelona: Gedisa.

LONERGAN, B. (1999). *Insight: Estudio sobre la comprensión humana.* Salamanca: Ed. Sígueme-UIA.

LÓPEZ, B. (2007). *Publicidad emocional. Estrategias creativas*. Madrid: ECIC.

MAINGUENEAU, D. (1999). *Términos claves del análisis del discurso.* Buenos Aires: Nueva Visión.

MEYER, M. (2013). *Principia Rhetorica. Una teoría general de la argumentación*. Buenos Aires: Amorrortu.

PÉREZ, M. & Vega, O. (2001). *Claves para la conexión textual.* Santiago: Ediciones Universidad Católica de Chile.

QUEZADA, O. (2009). "Fiducia: Algunos de sus rituales". *Contratexto,* 17, pp. 87-102.

RENKEMA, J. (2009). *The Texture of discourse.* Amsterdam: Benjamins.

RUIZ, F. X. (2000). *Retórica creativa. Programas de ideación publicitaria.* Barcelona: UAB, Servicio de publicaciones.

SCHULTZ, D. y Tannenbaum, S (1992). Elementos esenciales de la estrategia publicitaria. México: Mac Graw Hill.

STOCKINGER, P. (2001). *Traitement et controle de l'information. Procédures sémiotiques et textuelles*. Paris: Hermes Science.

VALDIVIESO, S. y Ramírez, C. (2002). "El insight en psicoanálisis y sus dimensiones". *Revista Chilena de Neuro-Psiquiatría,* 40, n. 4, 71-80.

VAN DIJK, T.A. (1980). *Macrostructures: An interdisciplinary study of global structures in discourse, interaction and cognition.* Hilsdale, N.J.: Erlbaum.

VERÓN, E. (2004). *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.

WELLS, W.; Moriarty, S. y Burnett, J. (2007). *Publicidad. Principios y práctica.* México: Pearson Educación.

WESTPHALEN, M-H y Libaert, Th. (2011). *Communicator. Toute la communication d'entreprise*. Paris: Dunod.

Datos del autor

Raúl Bendezú Untiveros es comunicador social, postgraduado en Lingüística. Académico, investigador y consultor senior. Vicepresidente del capítulo chileno del Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación (FISEC). Desarrolla el modelo Semioestrategia de la Comunicación, que vincula teórica y metodológicamente el análisis del discurso, desde una perspectiva semiótica articulada al pensamiento estratégico y aplicado a los discursos de la comunicación organizacional, al análisis del branding, el posicionamiento de imagen y los intangibles de una organización.

asociación chilena de semiótica

[ARTÍCULO]

El trasero de Zoe: complicidad y pospolítica en *House of Cards*

Rodolfo Arenas Romero
Universidad Central de Chile
rodolfo.arenas@ucentral.cl

Recibido: marzo de 2017
Aceptado: junio de 2017

Resumen

House of Cards constituye la serie emblemática de una nueva forma de televisión. La primera temporada de esta producción ya paradigmática es sometida a una revisión de sus estrategias de cooperación interpretativa, con herramientas que abrevan de la pragmática del texto narrativo. Esta labor analítica detectó tres rasgos característicos. La pospolítica como marco referencial de su temática. Un pacto de complicidad con el receptor, fundado en la identificación sentimental, y que crea una singular complicidad. Y la creación del goce principalmente a partir de la expectación negativa.

Palabras claves: *House of Cards*; cooperación textual; epifanía negativa; pospolítica.

Abstract: *Zoe's Butt: Considerations about House of Cards*

House of Cards represents the emblematic series of a new form of television. The first season of this already paradigmatic production is submitted to a revision with strategies of interpretative cooperation, using tools that draw from the pragmatics of the narrative text. This analytical work detected three characteristic features. Pospolitics as a frame of reference for it's theme. A pact of complicity with the receiver, based on sentimental identification, and that creates a singular complicity. And the creation of enjoyment mainly from negative expectation.

Keywords: *House of cards*; textual cooperation; negative epiphany; postpolicy.

CIRCUNSTANCIAS DE LA EXPRESIÓN

Difícilmente un receptor se haya expuesto a *House of Cards* sin saber cuál es el plot del programa. Se trata de la serie más emblemática de la televisión streaming, la primera en ser un éxito mundial en términos de público y crítica. Con aceptaciones en sitios de evaluación de expertos y aficionados del 85 por ciento, en Rotten Tomatoes, y 76, en Metacritic, la temporada inicial de la serie (2013) fue el primer programa transmitido por internet en recibir nominaciones al Emmy, ganando cinematografía y dirección, además de obtener el Globo de Oro a mejor actuación femenina (en otros galardones y sumando las temporadas siguientes, la serie reúne 165 nominaciones y 26 premios). Respecto de la cantidad de espectadores, ese es un dato más inasible, dado que el sistema de distribución destruye el paradigma de la emisión, reemplazándolo por la disponibilidad, y que la empresa exhibidora, Netflix, declara no necesitar divulgar esa información dado que sus ingresos no abrevan en el rating; pese a ello, se estima que el 88 por ciento de los suscriptores de la empresa ven series y cerca del 45 por ciento de ellos siguen sus programa originales -el caso de la producción en comento- lo que se traduciría en altas cifras de recepción si consideramos que las cuentas de suscripción de la plataforma alcanzan a 29 millones (Pomerantz, 2013).

Aun así, si un receptor especialmente ingenuo se expusiera a *House of Cards*, antes de echar a correr su primer episodio, leería la breve descripción del espacio ofrecido por la empresa que proporciona la plataforna: "Un despiadado político no se detendrá ante nada en su afán por conquistar Washington DC" (en *Netflix*). Todo esto redunda en que el espectador de la serie genera expectativas (seguramente respecto de un drama político caracterizado por la falta de escrúpulos) desde incluso antes de iniciar la visualización.

La serie se basa en el programa homónimo británico (1990), que remite a su vez a la novela de idéntico título del político conservador inglés Michael Dobbs (1989). El eje argumental se establece a partir de Frank Underwood, quien caracteriza el programa hablándole directamente al espectador, trasparentado de inmediato la inexistencia de la llamada "cuarta pared", esa convención que permite al espectador del teatro, el cine y la televisión ver lo que ocurre dentro de un recinto gracias a la invisibilización del muro que debía impedirlo. Líder de los demócratas en el congreso estadounidense, el personaje principal desea vengarse luego de que no es considerado por el nuevo presidente como secretario de Estado, cargo que ambicionaba y que le había sido prometido. La primera temporada despliega la revancha del político; la compleja alianza que sostiene con su esposa, Claire; el acuerdo laboral y sexual con una joven periodista, Zoe, y las astutas maquinaciones para sacar de la palestra al vicepresidente norteamericano y a todos quienes se interpongan en sus alambicados planes, sin demasiadas limitaciones de corte ético.

CÓDIGOS Y SUBCÓDIGOS

Underwood ayuda a recopilar el diccionario de la serie e instaura su propia enciclopedia (Eco, 1993). Sus apariciones, que rápidamente pasan de soliloquios a representar francos diálogos retóricos con el espectador, ayudan a compilar algunos términos útiles para ubicarse en los territorios del espacio argumental.

La serie se inicia con él hablando, como descuidadamente para sí mismo, mientras asiste solícito a un perro atropellado, ofreciendo una suerte de aforismo: "Hay dos clases de dolor, el dolor que te hace fuerte y el inútil, ese dolor que solo provoca sufrimiento. No tengo paciencia con las cosas inútiles" (Willimon, 2013). Luego, levantando los ojos y mientras mata al can con sus manos, suelta su profesión de fe: "Los momentos como este requieren de alguien que actúe, que haga lo más desagradable. Lo necesario" (Willimon, 2013). De igual manera, en una recepción que celebra el cambio de año, ya mirando directamente a la cámara, lo que será un emblema de la serie, establece pautas de interpretación respecto de la política. Parte explicando su relación táctica con el presidente recién electo -"uno sabe para dónde sopla el viento"- (Willimon, 2013), se refiere desdeñosamente al vicepresidente y describe el utilitarismo de haber apoyada a la jefa de gabinete. Finalmente, se presenta a sí mismo y declara su visión de la política: "En cuento a mí, solo soy el coordinador de la mayoría en la Cámara de Representantes. Hago mover las cosas en un Congreso asfixiado por la mezquindad y la flojera. Mi trabajo es destapar las cañerías y hacer moverse las aguas residuales. Pero no tendré que ser el plomero mucho tiempo más. Serví mi condena; apoyé al hombre correcto. Toma y daca. Bienvenidos a Washington" (Willimon, 2013).

Una serie de términos activan ciertas propiedades semánticas, tomando desprevenido al espectador, y anestesiando otras, las que despertarán en los episodios venideros. Un buen ejemplo de lo primero radica en el concepto de política, que no es entendido de ninguna manera como el servicio del pueblo, sino como un espacio de disputas y ambiciones, donde las herramientas son la traición y el chantaje. En la disputa por la ley de educación, por ejemplo, escasamente se toma en cuenta las necesidades del país y el logro de su promulgación constituye un escalón en las carreras políticas y un bastión en las prebendas de los maestros, no aportes al desarrollo educacional de la sociedad.

Para ejemplificar lo segundo, podemos detenernos en el concepto de matrimonio. Los Underwood están casados, situación que el receptor hace extensiva al acto inicial, legal o religioso, que da partida a una familia y que implicaría fuertes lazos sentimentales, compartir la existencia, sociedad frente a la vida y hasta la casi segura procreación. Por el contrario, la relación entre Frank y Claire se parece más a una alianza política y el espectador descubrirá a través de la serie que él tiene varias amantes y ella se encuentra enamorada de un artista plástico, infidelidades que comparten abiertamente y toleran mientras no ponga en riesgo el acuerdo; que ella se irá de la casa durante un

tiempo y, luego de relatar que decidieron que los hijos complicaban sus ambiciones, confesará que se ha realizado tres abortos. Tan de conveniencia es la relación que Claire traiciona a su marido cuando consigue que dos diputados voten contra un proyecto ambientalista que lidera Frank (aunque ella misma es líder de una ONG en este tema) con tal de conseguir financiamiento de una empresa que lucra con energías contaminantes.

EXPRESIÓN

Más allá de los aspectos argumentales discretos, que serán tratados en parágrafos siguientes, la narración se construye a través de dos ejes dialécticos atmosféricos, que se corresponden desde el despliegue icónico y la disposición de los significantes a los éteres psicológicos.

La primera de ellas, no necesariamente antagónica, se establece en torno a la deshumanización enfrentada a las pasiones individuales. Desde las imágenes de la presentación, una ciudad poblada solo por automóviles y bañada por luces lechosas, a la aséptica frialdad (y muchas veces penumbra) de la casa Underwood, en contraposición a las pasiones que esos espacios albergan: ambición, lujuria, odio, manipulación, alienación. Incluso las organizaciones benéficas constituyen meros peones en un ajedrez de piezas irrealmente blancas. La segunda es la pulcritud, lo inmaculado, frente a la vulgaridad, lo sucio. Lo primero nuevamente presentado a través de las higiénicas e inhumanas avenidas diurnas del comienzo de cada capítulo y también en la residencia de la pareja protagónica, siempre cuidada, donde incluso solo se puede fumar en una ventana predeterminada, lo que se encarna en la gélida e hierática Claire. Al frente, en este eje sí de manera antagónica, los otros sitios de la ciudad, cuando anochece, descuidados y sucios; pero también en el departamento de Zoe, que repugna incluso a su ocupante, ella misma un símbolo de contraposición con la esposa, pequeña, descuidada, concupiscente.

No en el mismo nivel, pero se aprecia otro eje dialéctico, de carácter psicológico, aunque vinculado a ambientes y objetos, que llama la atención por lo contraintuitivo. Se trata de la contraposición entre el sexo como un mecanismo de dominación y de uso, como gratificación mecánica, que se expresa en la relación entre el parlamentario y la periodista, con imágenes sórdidas y el escamoteo de lo íntimo, y el sexo como expresión de los sentimientos, que se da entre Claire y su amante, en que las imágenes son limpias e intencionadas, como una foto arte, amén de mostrar con elegancia escenas de alcoba y de vida en común. A mitad de camino se instala la relación entre Frank y Claire, fría y más estable, anclada en un proyecto (ambición) compartido. El sitio de encuentro entre ellos no es el dormitorio, sino el ya mencionado ángulo de la sala donde se puede fumar (el espacio elegido para romper las reglas), las vidas de ambos se imbrican en

términos de priorización y subordinación y donde un objeto, el bogador, se establece como símbolo de rectificación, basado en un intercambio racional, no en cariño o preocupación, como podría esperarse de un regalo matrimonial.

ESTRUCTURAS DISCURSIVAS

La semiosis ilimitada potencial (Eco, 1993) no debería representar un problema para el espectador de *House of Cards*. Como vimos, el propio Frank Underwood organiza la cooperación textual, de manera de identificar el *topic*, la reducción de las posibilidades, sin muchas dilaciones. Para el receptor resulta sencillo identificar el tema que orienta el programa seriado: la política sucia.

Los episodios confirmarán, con creces, esta opción. Se puede hipotetizar que en esta ampliación reside una de las claves del éxito de la serie. Obviamente existen *topics* secundarios, especialmente el matrimonio como alianza, lo que se profundizará también durante el desarrollo de la serie. Los cuadros, mediante la anestesia inicial de propiedades, permiten una ampliación posterior que puede resultar sorpresiva por un vuelco argumental o inesperada por la profundización. Por ejemplo, como ya vimos, la situación de la pareja casada, que obligará a replantear el concepto de matrimonio, o el tema de la corrupción política, que, a menos que se manifieste un lector real (espectador) que escape del lector modelo presupuesto por la emisión, rebasará con creces cualquier previsión. Las isotopías (Blanco y Bueno, 1980) que permiten este anclaje se ordenen, entre muchísimas otras, en torno a rasgos semánticos como /ambición/, /revancha/, /orgullo/, /poder/, /alienación/, /burocracia/ e /indolencia/. Pero también, en un estrato menos superficial, aparecen expresiones, como "Zoe". "Claire", "Russo" y "Rachel" que se van imbricando con rasgos como /deshumanización/, /utilización/ e incluso /desechabilidad/.

El epítome de este desarrollo peculiar lo representa el congresista alcohólico, Russo, quien constituye un recurso fungible en los planes de Underwood y que es descartado con la mayor violencia posible cuando se vuelve molesto. Sin embargo también está claramente en la prostituta que marca el inicio del rápido desmorone del congresista, quien si bien recibe cierta atención "personal" de parte de Stamper, finalmente representa un recurso al que se puede echar mano, pese a que pudiera generar sentimientos de otra índole.

EXTENSIONES Y PASEOS INFERENCIALES

La primera abducción del receptor se estructura en torno a la venganza que Underwood compromete cuando se entera brutalmente que el presidente electo no cumplirá con su promesa de nombrarle secretario de Estado. Incluso llega a ser casi lastimera la inocente planificación que ha hecho el político respecto de su convenida nueva

función, que incluía la acuñación de nuevos conceptos, de manera que el receptor puede sentir cierta afinidad con su revancha.

El rol de Zoe también abre espacio a extensiones, sin duda la aparición del personaje y la atención que le brinda la narración presagian que su rol minúsculo, tanto laboral como argumental, tendrá un incremento. Además, su situación castigada también puede suscitar alguna conexión, en términos del tópico de la elevación de los humildes. Falta por dilucidar si su crecimiento argumental vendrá por el lado de un romance con algún otro personaje, probablemente un político, o si se convertirá en un agente de denuncia de la corrupción que se comienza a vislumbrar en esta mirada acerca de Washington. La expansión de Zoe, solucionando las primeras inferencias, se concretará cuando Underwood queda prendado del trasero de la periodista, enfundado en un ceñido vestido blanco, al ingreso de una recepción. Situación que resulta captada por un fotógrafo y luego viralizada (pese a que parezca increíble, un caso casi idéntico le sucedió al Presidente Barack Obama), lo que le sirve a la joven para acceder al congresista. De esta manera, se instala que la derivación del personaje tendrá, a lo menos, un componente erótico. Luego se sabrá que esto corre imbricado con el aprovechamiento de la capacidad de publicar noticias, e incidir en el diálogo político de la profesional (significativamente la opinión pública importa poco). Y todo generará nuevas inferencias: si se concretará la posesión carnal, el grado de colaboración entre ambos personajes, el valor de este peón en el ajedrez del poder.

Pero sin duda quien concentra la atención es Underwood, no como agente de la revancha, sino como personalidad en sí. El cinismo del personaje resulta atractivo porque advierte al espectador que se traducirá en conductas, que anticipamos impúdicas y perversas. Sabemos que algo vendrá en ese vector porque él mismo advirtió que el mundo del poder estadounidense se asocia a una pocilga y que su deber arranca de hacer allí lo que otros no se atreven. Esta promesa de maldad y audacia nos atrae porque a Underwood lo entendemos como un cercano, alguien que nos hace continuas confidencias, que nos abre su interioridad con una franqueza que no manifiesta ni con Claire.

ESTRUCTURAS NARRATIVAS

Las diferencias entre trama y fábula (Eco, 1993) se desarrollan con parsimonia en *House of Cards.* La narración comienza con Underwood casado con Claire, ya instalado como líder de los demócratas en el parlamento y esperando la recompensa ofrecida por este presidente recién electo a quien desprecia, pero con quien se asoció por conveniencias. Con posterioridad, la relación audiovisual va arrojando algunas espaciadas luces respecto de la historia familiar del personaje, la relación con su mujer, la formación universitaria y el misterio de su carrera política, todos aspectos relevantes para entender la situación en su conjunto.

Con una estructura aparentemente cronológica, que se despliega desde el inicio del tiempo narrado, la serie en realidad se instala en un instante radical en la vida del protagonista y deja salir a cuentagotas aspectos de los tiempos anteriores, para ir enriqueciendo la peripecia. Pero siempre enfocados en el adelante, hacia el futuro inmediato. Al decir de Raúl Ruiz (Ruiz, 2000), se trata de una narración centrífuga, la imagen va siempre en pos de la imagen siguiente, sin mayores pausas para acometerla en sí, ineludiblemente apuntando a lo que viene, que a su vez llevará a la siguiente. El suspenso se crea así por lo venidero, la expectación, la curiosidad frente a lo que espera en la siguiente escena. En analogía con la literatura policial, el receptor cree saber quién es el culpable; pero no puede declararlo efectivamente mientras no le vea cometer el crimen.

ESTRUCTURAS ACTANCIALES

Abstracción que se construye sobre los personajes, estas instancias de cooperación entre el receptor y la narración son esencialmente cambiantes en *House of Cards.* No las maniobras de Frank Underwood, pese a que es capaz de pasar de disciplinado funcionario a conspirador intrigante o de paternal guía a asesino despiadado. En realidad, no constituyen reales modificaciones, no son más que avatares de la personalidad ambiciosa y carente de escrúpulos del personaje, quien, en términos de Greimas (Blanco y Bueno, 1980), es un sujeto que busca una serie de objetos -poder, venganza, manipulación, reconocimiento-; pero que redundan todos en uno, la autosatisfacción ególatra.

Claire resulta paradojalmente mucho menos estable. Quienes la habían instalado en un cuadro de amante esposa y que durante los paseos inferenciales ya la descubrieron como una aliada más que una compañera, amante incluido, terminan por descomponer el rótulo de matrimonio tradicional cuando se demuestra capaz de traicionar un proyecto muy caro para su marido, y que incluso era parte de sus propios intereses personales, cuando necesita el apoyo financiero para proyectos ulteriores de su agenda particular. Ayudante u oponente, todo depende de las necesidades de sus propios objetos. Zoe también sufre un cambio, se trata de una transformación que responde a una evolución de los acontecimientos. Aliada incondicional -soldado raso y a la vez amante- de los planes de Underwood, de los cuales medra ella a su vez iniciando una exitosa carrera como periodista, deriva a enfrentarlo. Al final de la primera temporada la vemos como parte de un grupo de reporteros que amenazan con derribar algunos de los tinglados de Underwood. De ayudante a oponente, producto de un proceso, el darse cuenta de la manipulación.

Varios personajes sufren esquemas similares, al ser vistos como oponentes o aliados de Underwood, sin embargo, eso resulta irrelevante al terminar derrotados por las intrincadas triquiñuelas del político. El epítome de esto lo constituye el congresista Peter Russo, quien se convierte en una marioneta en manos del personaje central y paga con

la vida sus debilidades y ambiciones. Todos cumplen los roles que Frank les asigna en sus complejos guiones. Se instalan como oponentes, ayudantes e incluso objetos, en el sentido de servir a la libido ególatra del protagonista, según un libreto del que no pueden liberarse. Doug Stamper, por el contrario, representa el perro fiel, que mueve la cola o muerde según las instrucciones de su amo. Ayudante absolutamente incondicional, que no teme infringir la ley si con eso colabora con las malas causas de su jefe (otro ayudante incondicional, porque su rol meramente voyerista no permite otras opciones, es el espectador, como se expondrá más adelante).

Cruzando esta propuesta de interpretación con las estructuras narrativas, siempre desde el punto de vista de Greimas (Blanco y Bueno, 1980), podríamos una estructura narrativamente inicialmente muy sencilla:

Ay ⇨ S ⇨ O ⇦ Op

La complicación viene al momento de adjudicar los roles. Salvo el sujeto y el ayudante Stamper, todos los demás son intercambiables. Underwood, sin duda central, corresponde al sujeto que va tras un objeto (la venganza, luego la ambición y, finalmente, el poder en sí mismo, todo como proyección de su lucimiento personal -que solo comparte a medias con su esposa y, mucho más francamente, con el espectador-). Los ayudantes son Stamper, Claire y Zoe, junto a algunos otros personajes secundarios, como Russo; al tiempo que los oponentes son Claire y Zoe, más otros roles menores, varios de los cuales fueron también ayudantes, también Russo en algún instante. Lo más relevante de este intercambio de figuras actanciales radica en que varios de los personajes son también parte del objeto de Underwood: por supuesto Zoe, en quien la dominación tiene una dimensión carnal, y siempre Russo, cuya carrera y destino representa un insumo en las estrategias del líder de la mayoría parlamentaria. Los objetos de Underwood se reencarnan en varias posibilidades, desde cargos a personas, todo lo que pueda conquistar, poseer y ostentar delante de la cámara, frente a sus confidentes.

ESTRUCTURA DE MUNDOS

A estas alturas de la exposición a la serie, el receptor ya tiene la posibilidad de hipotetizar mundos posibles (Eco, 1993):

- Mundo a: Underwood no logra cobrarse revancha por la promesa rota.
- Mundo b: Underwood consigue vengarse utilizando medios convencionales.

- Mundo c: Underwood se desquita echando mano a recursos reprobables.

Rápidamente los mundos posibles a y b son rechazados, porque el devenir de la historia los declara incorrectos. Por lo que queda postular otros mundos consiguientes, siempre con la constante de que con el congresista no existen límites para conseguir lo que se propone:

- Mundo c1: Underwood no consigue engañar al vicepresidente y no puede, por consiguiente, sacarlo de su cargo
- Mundo c2: Underwood logra derribar al vicepresidente, pero es afectado por la situación de Russo.
- Mundo c3: Underwood logra defenestrar al vicepresidente y consigue superar el inconveniente Russo dentro del juego normal de la política.
- Mundo c4: Underwood, tras desocupar el cargo de vicepresidente, debe extremar sus recursos para impedir que Russo enturbie sus planes.

Nuevamente, algunos mundos posibles, c1, c2 y c3, quedan superados por la narración. Por lo tanto, se abren nuevas posibilidades:

- Mundo c4': Underwood no es nombrado vicepresidente y sucumbe ante la investigación periodística que desenmascara sus intrigas.
- Mundo c4'': Underwood logra la vicepresidencia, sin embargo, debe renunciar frente al reportaje que revela sus maquinaciones.
- Mundo c4''': Underwood consigue la vicepresidencia y manipula para evitar que se publique la investigación.
- Mundo c4'''': Underwood para conseguir la vicepresidencia y evitar que la prensa lo exponga, debe reiterar lo peor de su repertorio.

En este caso los mundos posibles inferenciales quedan abiertos, dado que la solución no se da en la temporada que comentamos de la serie, la primera Al momento de escribir estas líneas, ya eran cuatro las temporadas y se esperaba el estreno de la quinta para el 30 de mayo de 2017. Sin embargo, en conocimiento que la continuación de la serie ya había sido aprobada y en consecuencia con la lógica de las inferencias anteriores, no resultaría descabellado que el espectador apostara al mundo c4''''.

En el intertanto, fenómeno simbolizado en la bandera invertida que iconiza la serie, se ha construido un mundo referencial donde la política ha sido reemplazada por la pospolítica, entendida como un proceso en que lo sustancial ha sido desplazado por aspectos no necesarios, antes invisibilizados, que incluso pueden resultar contradictorios con el hecho inicial ("relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief"

(Dictionary, 2016). En palabras del ex precandidato presidencial chileno Fernando Atria: "Los partidos ya no representan proyectos políticos identificables (…). No, ya no existe eso de que el partido es un instrumento que sirve a un proyecto. Los partidos son espacios donde facciones luchan por el control de la máquina partidaria con la finalidad de desarrollar o avanzar en sus propios intereses, y para la ciudadanía esa política no tiene una dimensión virtuosa, por decirlo de una manera suave" (Carmona, 2017).

ESTRUCTURAS IDEOLÓGICAS

Los mundos que fueron atisbados desde que suena la música y las frías imágenes muestran una ciudad deshumanizada, se concretaron, revirtieron o intensificaron durante el devenir de cada capítulo, potenciándose con el desarrollo de la temporada. Frank Underwood emerge como un personaje tan astuto como inmisericorde, manipulador, criminal. Caracterización que él mismo se encarga de corroborar con sus cínicos comentarios que suelta mirando a los ojos al espectador. Claire, elegante y eficaz socia, deviene en la realizadora de una agenda propia y capaz fuera del hogar de tibiezas insospechadas dentro de su matrimonio. Russo no constituye más que una hoja en los vendavales de la política, manipulado y engañado hasta el despeñadero. Stamper encarna el ejecutor fiel, incluso dejando atrás sus posibles sentimientos si entran en contradicción con los deseos de su amo.

Las acciones de los personajes, como ya se ha descrito, representan un panorama de comportamientos cuestionables: conveniencia, utilización, seducción, manipulación, minimización del valor de lo humano. El gran tema es la política, que no solo representa la gran palestra donde se desenvuelven estos actores y acaecen sus peripecias. La actividad política, en este caso los poderes ejecutivos y legislativos en Estados Unidos, les da un grado cualitativo superior a estos sucesos, ya que se manifiestan en referencia a un espacio que se estima la confluencia de los esfuerzos de la comunidad y sus representantes por mejorar la vida societal. Por el contrario, se muestra la fragilidad de la democracia representativa, en el sentido de que la soberanía constituye un botín. Lo más estremecedor estriba en que al receptor modelo (y no conocemos ningún receptor empírico que sea excepción a esta regla) este panorama no le resulta inverosímil. Todo lo que ocurre en la serie se enmarca en lo que es dado esperar en un drama acerca de la política. No se trata de suspensión de la incredulidad, sino de interpretar la serie como un retrato realista o, al menos, plausible. La apuesta de la serie proyecta que cada transgresión de Underwood, de lo dudoso a los valores cuestionables, incursionando luego en lo inmoral, de ahí a lo ilícito, lo ilegal, y hasta llegar a lo francamente criminal, vaya incrementando el deseo de avanzar un poco más allá del receptor.

Las valoraciones en este mundo se desprenden obviamente negativas. Dentro de la ética tradicional occidental, referenciada por las principales religiones del área, casi todo lo que hace el líder de la mayoría parlamentaria resulta inaceptable. Pero, de nuevo podríamos estremecernos, el receptor modelo de ninguna manera pierde el interés. Puede horrorizarse con lo que observa, pero no apaga el televisor.

MALDAD, BANALIDAD E IRRELEVENCIA

La visión del mal, entendida como una característica humana negativa, más allá de su rol central en las disquisiciones religiosas occidentales, fue enriquecida por las descripciones de dos autoras del siglo XX. Hannah Arendt acuña la definición "banalidad del mal" tras reportar el juicio público a un criminal de guerra, Adolph Eichmann, realizado en Israel en los años 60. La filósofa alemana describe la normalidad del acusado, caracterizando los crímenes contra la humanidad como una prolongación de su carrera funcionaria: el jerarca nazi cumplía con lo que se esperaba de él, con celo y eficiencia, sin parar mientes en la dimensión ética de lo que hacía, la absoluta burocratización del mal. "En realidad, una de las lecciones que nos dio el proceso de Jerusalén fue que tal alejamiento de la realidad y tal irreflexión pueden causar más daño que todos los malos instintos inherentes, quizá, a la naturaleza humana" (Arendt, 2003: 171).

Susan Sontag, por su parte, curiosamente también ante el holocausto del pueblo judío, relata la "epifanía negativa" que siente al ver, por primera vez y sin muchos antecedentes previos, las fotografías de los campos de concentración de Bergen-Belsen y Dachau. La autora estadounidense declara que sintió que traspasaba un límite, más allá del horror, creando un dolor, una herida, un desconsuelo que la acompañaría toda su vida. Sin embargo, advierte que luego de este instante de impacto indeleble, deviene una corrupción, las mismas imágenes (u otro elemento significante) pasman, anestesian. "Para el mal rige la misma ley que para la pornografía. El impacto ante las atrocidades fotografiadas se desgasta con la repetición, tal como la sorpresa y el desconcierto ante una primera película pornográfica se desgastan cuando se han visto unas cuantas más. Ese tabú que nos provoca indignación y aflicción no es mucho más tenaz que el tabú que regula la definición de lo obsceno. Y ambos han sufrido rigurosísimas pruebas en los últimos años" (Sontag, 2006: 38-39).

La maldad de Frank Underwood, y por supuesto tampoco la de Claire ni la de Stamper, no resulta banal. Sin duda el líder de la mayoría parlamentaria posee perfecta conciencia de lo que hace, existe una reflexión respecto de su proceder, aunque sea más estratégica que moral. Sin embargo, el congresista justifica sus acciones como un deber; en algunos casos para lograr lo que considera correcto, un progreso, debe ejercer comportamientos a los que en situaciones normales no recurriría. En ese sentido, su burocratización constituiría un recurso frente a lo excepcional, se trataría de una maldad de la emergencia. Sin embargo, esto resulta meramente parcial, ya que la mayoría de las

conductas de Underwood, lo que avanza progresivamente a medida que se desarrolla la serie, se despliegan motivadas por situaciones personales, no en aras de bienes ulteriores. Si alguna vez se produjo una epifanía negativa, esta se verificó antes de la vigencia del relato. La maldad parece estar en el segundo estadio, el de la irrelevancia por saturación. Nada parece ni siquiera sorprender ni menos conflictuar a Underwood, así como tampoco a sus colaboradores, el mal resulta algo cotidiano y si hay alguna preocupación ante estos hechos responde más bien al temor de la posibilidad de tener que responder en tribunales o de la denuncia periodística, no por consideraciones deontológicas.

En los espectadores, en el efectivo plan de los creadores de la serie, se da una situación sintótica respecto de las anteriores. A partir del suspenso por expectación, tan común en el cine estadounidense (no existe duda alguna respecto de que el protagonista terminará imponiéndose en la peripecia, el interés radica en cómo lo logrará), podemos hablar de una expectativa negativa. Para el receptor resulta atractivo cuánto más allá va Underwood del límite de lo correcto. Desde el primer capítulo sabemos que las normas declaradas por la sociedad como lo adecuado no constituye un linde infranqueable para el líder de la mayoría parlamentaria y, por el contrario, el programa apuesta a un morbo del receptor respecto de cómo el congresista traspasa un límite y luego el siguiente, hasta que parece que ya no queda frontera por conculcar, pero siempre ocurre una nueva transgresión.

EL ESPECTADOR COMO CÓMPLICE

Durante el segundo encuentro sexual entre Underwood y Zoe, que se produce en el departamento de esta última, se verifica una escena emblemática. La joven, para demostrarle que puede confiar en ella, exhibe las intimidades de su cuerpo ante los ojos y el registro fotográfico del congresista. Entonces la cámara se preocupa de enseñarle al espectador la imagen desnuda de Zoe, lo hace partícipe de la contemplación y, a la vez, recibe la prueba de lealtad, y no de cualquier parte del cuerpo, sino de la que provocó la curiosidad de Underwood y posibilitó luego el encuentro entre ambos, el trasero. De esta manera la complicidad establecida entre Underwood y el espectador, a quien le participa sus reflexiones mediante la irrelevancia de la cuarta pared, ahora alcanza un nivel superior cuando el receptor puede ver junto al protagonista un trozo del cuerpo de Zoe que simboliza los apetitos y la seducción. Esta concesión, si creemos que un producto audiovisual "no existe en la película ni en la pantalla, solo en el espíritu que le da su realidad" (Gómez, 2000), resulta en extremo relevante. Porque la identificación, el "mecanismo a través el cual los sujetos experimentan e interpretan la narración desde dentro" (Igartua, 2008: 43), desempeña un rol crucial en el placer que provoca la obra:

> "Se ha observado que la identificación con los personajes predice un mayor disfrute de los mensajes de ficción" (Igartua, 2008: 43). En estricto sentido las identificaciones es un proceso doble: la primera vez se da con la cámara, que confiere la seguridad de ser un sujeto ya que implica una mirada, y una segunda, de carácter sentimental, donde el espectador participa de los sucesos que vive un personaje, reconociéndolos como suyos (Sangro, 2008: 93)

La identificación, aunque puede desplazarse de uno a más personajes, tiende a centrarse en el protagonista y normalmente con la misma identidad sexual, ya que posibilita el *become character* (la sensación de ser el personaje) (Igartua, 2008b).

La estrategia de la serie para consolidar este fenómeno propone sincerar la inexistencia del cuarto muro y que Underwood revele sus comentarios y planes mirando de frente al espectador. Esto se refuerza al enseñarle el trasero de Zoe al receptor, ya que ese aspecto corporal de la jovencita, a la vez objeto del deseo y prueba de confianza, está reservado solo para los ojos del congresista. Al darle acceso a esta intimidad, el receptor puede pasar al estadio siguiente de identificación, desde el asumir los comportamientos del personaje central a incluso llegar a sentirse él. Conocedor de las estrategias del personaje y, es más, disfrutando con ellas como si fueran propias, ansioso por descubrir qué nuevo límite se violará, el receptor pasa a convertirse en un cómplice. Conoce, acompaña y observa. Por ende, participa, disfruta.

POSPOLÍTICA

House of Cards constituye una máquina muy eficiente en conseguir la atención de sus receptores. Ejercicio logrado, en un proceso al que aspiran todas las creaciones narrativas, que muestra tres características peculiares: un trasfondo temático, una singular propuesta de disfrute y un énfasis en conseguir la participación identificatoria sentimental del receptor. Tal como la posverdad incluye la mentira, dimensión que originalmente habría sido antagónica, la pospolítica se olvida de la polis, instalándose en los meros deseos personales de quienes la ejercen. Este es el marco donde se mueven los personajes de la serie y que resulta entendida por el receptor no como una opción distópica, sino como un relato de corte realista. El goce se instala en la maldad. Lejos de obviarla, la banalización, se normaliza en la segunda etapa de la epifanía negativa, y se produce en el suspenso de lo venidero, la espera y la obtención que crea un nuevo lapso de tensión, hasta que un nuevo acto de maldad incrementa el anterior, en un espiral que rebasa los límites de la primera temporada. Finalmente, todo esto se potencia en el pacto de complicidad que Underwood le ofrece al receptor cada vez que le habla directamente y que llega a su punto máximo cuando comparte con el televidente su logro máximo, deseo y explícita sumisión, la posesión del cuerpo de Zoe.

REFERENCIAS

ARENDT, H. (2003). *Eichmann en Jerusalén.* Barcelona, España: Lumen.

BLANCO, D. & BUENO, R. (1980). *Metodología del análisis semiótico.* Lima: Universidad de Lima.

CARMONA, A. (3 de abril de 2017). Atria posgolpe blanco en el PS: "Esta decisión nos deja en total libertad de acción en la cuestión presidencial". *El Mostrador.*

DICTIONARY, O. (2016). *Oxford Living Dictionaries*. Recuperado el 28 de marzo 2017, de post-truth: https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth

ECO, U (1993). *Lector in fabula*. Barcelona, España: Lumen.

GÓMEZ, F. (septiembre de 2000). Biblioteca online de ciencias de la comunicaciòn. Recuperado el 28 de marzo de 2017. El espectador frente a la pantalla: http://www.bocc.ubi.pt/pag/tarin-francisco-espectador-pantalla.pdf

IGARTUA, J. (2008 b). "Identificación con los personajes y disfrute ante largometrajes de ficción". Recuperado el 28 de marzo de 2017, *Comunicación y sociedad:* http://www.unav.es/fcom/communicationsociety/es/articulo.php?art_id=40

_____ (2008). "Identificación con los personajes y persuasión incidental a través de la ficción cinematográfica". *Escritos de Psicología,* 42-53.

POMERANTZ, D. (2013). *Netflix se empeña en mantener sus cifras en secreto*. Forbes.

RUIZ, R. (2000). *Poética del cine.* Santiago de Chile: Sudamericana.

SANGRO, P. (2008). "El cine en el diván: teoría fílmica y psicoanálisis". *Revista de Medicina y Cine*, 90-98.

SONTAG, S. (2006). *Sobre la fotografía*. Ciudad de México: Alfaguara.

WILLIMON, B. (Dirección). (2013). *House of cards*, temporada 1, capìtulo 1 [Película].

Datos del autor

Rodolfo Arenas Romero es Periodista y Licenciado en Comunicación Social por la Universidad de Chile, Diplomado en Comunicación Electrónica por la Universidad Diego Portales, Magíster en Gestión por la Universidad Bernardo O'Higgins y Doctor en Literatura Electrónica por Atlantic University. Ha ejercido profesionalmente como periodista de cultura en diversos medios escritos chilenos. Académico en la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Central de Chile y docente en varias universidades.

asociación chilena de semiótica

[ARTÍCULO]

La liberalización de la mirada masculina: esbozo semiótico de una identidad sexual en Chile

Fernando Franulic Depix
Universidad de Chile
saturnaldelpoder@gmail.com

Recibido: marzo de 2017
Aceptado: junio de 2017

Resumen

En el marco de la sociedad chilena de consumo, el artículo propone una aproximación para efectuar un análisis de los cambios en la identidad masculina. En este sentido, el objeto de este trabajo es el problema de la individuación masculina que se establece con la producción, mediada por signos, de una identidad visual, la cual posee una motivación de carácter sexual y de competencia erótica.

Palabras clave: consumo; masculinidad; identidad; sexualidad; sociedad chilena.

Abstract: *The liberalization of the masculine gaze: Semiotic approach of a sexual identity in Chilean society of consumption*

Within the framework of the Chilean consumer society, the article proposes an approximation to carry out an analysis of the changes in the masculine identity. In this sense, the object of this work is the problem of the masculine individuation that is established with the production, mediated by signs, of a visual identity, which has a sexual motivation and erotic competence.

Keywords: consumption; masculinity; identity; sexuality; chilean society.

INTRODUCCIÓN

METROSEXUAL
Dicho de un hombre, especialmente heterosexual:
Que se preocupa de su apariencia y dedica mucho
tiempo y dinero a sus cuidados físicos.
(Diccionario Real Academia Española, 2014)

Dentro de la construcción elemental de la identidad masculina contemporánea, existe un fenómeno que subrepticiamente cruza los diferentes estratos sociales y los diversos campos culturales. Este fenómeno social tiene relación con los juegos –de rivalidades, asombros y acuerdos– que los hombres constituyen, entre ellos, a partir de la visualidad: es una práctica que nace y se gesta desde la mirada. Este campo de experiencias sociales se sostiene en los objetos, los afeites, el vestuario y el cuerpo, que porta y que posee el sujeto masculino, los cuales son observados por otro sujeto masculino. Se trata de la interacción social que se desenvuelve en el marco de la vida cotidiana, aunque, en este caso, considerada desde la perspectiva del intercambio de imágenes que despliegan los participantes de esta sociabilidad. Así, los signos objetuales, gestuales y corporales participan de un proceso de significación visual: de las imágenes surge un enunciado icónico. Este enunciado icónico es, como todo enunciado, una secuencia de signos lingüísticos que intentan describir e interpretar lo observado, valiéndose para ello de las convenciones cifradas por la sociedad (Eco, 2011a: 258-274). Por otro lado, al igual que el signo lingüístico, el enunciado icónico puede presentarse tanto de un modo denotativo (descripción de la imagen) como de un modo connotativo (interpretación de la imagen): frente a un signo visual, el observador decodifica a partir de la familiaridad perceptiva y apreciativa con las imágenes, también desde los encuadres históricos de la cultura visual, como asimismo en relación a los discursos colectivos que cooptan estas visualidades.

Según lo planteado por el semiólogo Umberto Eco (2011b), en un trabajo relativo a la pintura, existen dos códigos de desciframiento de las imágenes, lo que, por cierto, puede ser extrapolado a otros tipos de mensajes visuales. Por un lado, existe un modelo perceptivo, el que viene a constituir la manera en que se experimenta la realidad, pero mediatizada por una lectura convencional de los datos empíricos. Por otro lado, se encuentra un modelo semántico, el que posibilita la asignación de significados –denotativos y connotativos– a lo que se ha percibido, generando un marco cultural para transformar las imágenes en unos constructos semánticos, es decir, en enunciados icónicos.

Ahora bien, este régimen de visibilidad se hace parte de los procesos de individuación, ya que las imágenes que se intercambian corresponden –sobre todo en una sociedad de consumo– a los signos de

una identidad visual. Como ha señalado Michel Foucault (1998a), han existido en la sociedad occidental dos procesos de individuación. En primer lugar, en la sociedad tradicional, los agentes sociales que se ubicaban en la cúspide de la jerarquía sociopolítica y, también, que participaban en los espacios oficiales del poder, se hallaban individuados en sus trayectorias sociales y en sus roles personales: esta individuación se producía por medio del arte, la literatura y la historiografía –por ejemplo, los nobles eran, constantemente, objeto de pinturas y de referencias textuales. En segundo lugar, con el advenimiento de la sociedad disciplinaria, los agentes sociales que se encontraban fuera de los espacios oficiales del poder, y en los márgenes de la jerarquía político-social, eran aquellos que comenzaron a ser individuados por medio de las técnicas modernas de identificación personal y grupal –los proletarios, los pobres y los marginales, fueron objeto de estas tecnologías sociales y, de esa forma, quedaban totalmente individualizados. También, es posible integrar a estos dos procesos de individuación, un tercer procedimiento, acorde a las sociedades de consumo: las reglas de la visibilidad producen una individuación, aunque esta vez de una forma voluntaria y consciente, entonces, la imagen que lanza el agente en la comunicación visual, es un modo de individuarse por medio de unas tácticas ligadas a la sociedad capitalista; en el caso del hombre, este es libre para generar su identidad visual a través de las mercancías y, con ello, entra en la competencia masculina.

Este trabajo tiene una vocación exploratoria, entonces, es una propuesta de análisis, un programa aproximativo sobre el estudio semiótico de la mirada masculina: utilizaré diferentes métodos, desde la reflexión teórica hasta la observación participante, pasando por el análisis de piezas artísticas y de la publicidad. Así, el objeto analítico de este artículo es la individuación masculina que se establece con la producción, mediada por signos, de una identidad visual, la cual posee una motivación de carácter sexual y de competencia erótica.

SOBRE OCULTAMIENTOS Y PROHIBICIONES

Durante casi dos siglos, que es el tiempo que media entre los inicios del capitalismo industrial y las transformaciones de la sociedad de consumo, se puede señalar que coexistieron, al menos, dos culturas que intentaban controlar socialmente a la homosexualidad. La primera, se relacionaba con la cultura científica que producía discursos especializados en el marco del dispositivo sexual (Foucault, 1998b): así, la psicopatología, por ejemplo, era una disciplina que se ocupaba de las perversiones y del placer desviado. La segunda, era la cultura tradicional –arraigada tanto en el campesinado y en el proletariado urbano como en los medios burgueses–, que reproducía diferentes discursos –que surgían de la Iglesia, del Estado, de la prensa, de la tradición popular, entre otras formas socioculturales–, donde se aferraban una cantidad considerable de prejuicios y de imágenes preconcebidas.

Bajo la égida de estas dos culturas, la homosexualidad se ha hallado forzada a la clandestinidad y al ocultamiento. Según Didier Eribon (1999), es la injuria una de las figuras culturales que ha estigmatizado, de un modo central, a la experiencia de la homosexualidad: en el contexto comunitario o grupal, la injuria pasa a constituir un alejamiento obligatorio respecto a los vínculos sociales. Entonces, el hombre para no ser impugnado, es decir, vivir bajo la discriminación cultural y el rechazo social, elige el secreto y el encubrimiento.

Así, a partir del ocultamiento, la mirada homosexual se practica, de una forma más desenvuelta, al interior de determinados ritos y espacios: a causa de la interdicción, esta no se desarrolla en cualquier contexto social, aunque, como se mencionó, actualmente el régimen de visibilidad ha transformado el orden de la mirada. Respecto al espacio, las miradas pueden emanciparse del prejuicio científico, social y religioso en ciertos lugares de la ciudad, los que, según la clasificación de Marc Augé (2000), se tratarían de espacios del anonimato; en estos sitios de ligue pueden desplegarse las miradas y, gracias a ellas, se producen los intercambios sexuales. Respecto al rito, las miradas masculinas siguen ciertas pautas de interacción, donde se encuentran, por ejemplo, la recurrencia y la intensidad de la observación: la ritualidad de la mirada permite constituir unas tácticas básicas para indagar si existe un deseo mutuo, y una orientación sexual compatible.

La novela Querelle de Brest de Jean Genet (1986) puede ser ilustrativa sobre esta mirada masculina de connotación homosexual. En el ambiente de un puerto bretón en la postguerra, se desenvuelven los acontecimientos (la obra fue publicada, por primera vez, en 1947). Desde el comienzo de la novela, se relaciona la vida de los marineros con el crimen y con el amor contranatura. Estos elementos, entonces, quedan presentes en el resto de la obra: el relato es, en parte, un retrato colectivo de los crímenes y las pasiones representados por los marinos que se entregan al amor homosexual. En la bruma que envuelve al puerto de Brest, los marinos se miran y se gustan, se entregan al amor masculino luego de observarse detenidamente. La mirada es clave para determinar los posibles compañeros sexuales, los más deseables, pero, también, la mirada funciona para admirar, admirarse. La relación principal de la novela se basa en la admiración y en la lucha: el lugarteniente Seblon y el marino Georges Querelle desarrollan un intercambio constante de miradas, sin embargo, es Seblon quien admira profundamente la belleza de Georges: piensa que su cuerpo es sensual y perfecto, cree que encarna la juventud y que guarda un tesoro. Lo considera un verdadero ángel, una especie de ángel maldito que lo hunde en una pasión sin tregua.

Al interior del universo narrado, estos juegos eróticos podrían ser considerados como épicos, como participantes de una épica del ocultamiento, en el sentido de que la relación homosexual (clandestina

y oculta) se despliega de un modo metaforizante y heroica, como si tuviera una ética y una lírica ligada a unos acontecimientos superiores. No obstante, la pasión se confunde y se funde con la camorra, el crimen y la violencia entre pares, es decir, se engasta en lo bajo y en lo vil. De ahí que el film de R. W. Fassbinder basado en esta novela (Alemania, 1982), posea como tema central una cancioncilla que dice: *Each man kills the thing he loves* (Cada hombre mata la cosa que ama).

Amor y muerte: el tópico literario que acompaña, al parecer, el homoerotismo. En la novela aludida, Georges Querelle está, a cada paso, acechado por la muerte: por rencillas pequeñas que se transfiguran en actos suicidas, mortales, seductoramente hirientes. Se podría plantear que como cada hombre mata lo que ama, ese conjunto de acciones sociales desemboca en un gran crimen colectivo. La novela de Genet, en sus avatares homosexuales, es una mezcla de asesinato anómico y de amor lírico: una interpretación posible del tópico homoerótico.

SIGNOS, IDENTIDAD Y MERCADO

La postguerra fue un momento histórico que, a través de la imagen del soldado y del superhéroe (entre otras imágenes), suscitó uno de los primeros cambios en la construcción de la masculinidad. El capitalismo de aquel período trajo al ámbito de la cultura masculina una serie de trastornos en la manera en que los hombres construían su identidad social. Una visualidad seductora se consolidaba a través de la industria cultural: hombres atildados, cuerpos fornidos, ropa a la moda, estrellas de cine, cantantes populares, son algunos de los elementos que irán fabricando una imagen erótica de los hombres en la segunda mitad del siglo XX.

Esta estética ha sido parte de un movimiento histórico de transformación de la identidad masculina, la que ha coincidido con el momento de constitución de una sociedad del consumo (Baudrillard, 2009; Lipovetsky, 2007): se trata de la admiración y la competencia por los signos objetuales, pero, sobre todo, por los signos corporales, los que se pueden desenvolver a la manera de un mercado. Así, por medio de la mercancía, las marcas sexuales de los hombres del siglo XX han constituido un salto sociopolítico que soslaya los discursos del período histórico anterior, es decir, la época de auge del dispositivo sexual (Foucault, 1998b) y de la ortodoxia moral (Fuchs, 1996), en el marco de la sociedad burguesa del siglo XIX, y de la primera mitad del siglo XX. El capitalismo avanzado, el mercado del ocio y la sociedad del espectáculo, entre otras estructuras sociales, han producido un espacio social para el cultivo de la belleza masculina: es un marco conformado por diferentes lugares comerciales, por ejemplo, tiendas de ropa y de accesorios, gimnasios, saunas, peluquerías, barberías, etcétera. Estos comercios de la ciudad generan los signos deseados para ser deseable: por un lado, los signos corporales, como es la musculación; y por otro lado, los signos objetuales, como son la ropa, el reloj, los aretes, entre otros artefactos.

El movimiento social de liberación de las minorías sexuales, a partir de los años sesenta, fue una corriente política que realizó una demanda social que incluía no solo la movilización por los derechos de la diversidad sexual, sino que también era parte de la demanda una necesidad de identidad y un requisito de comunidad. Esta última cuestión implicaba establecer, entonces, un mundo social de producción de los signos masculinos. Por tanto, el consumo de los signos de la masculinidad, surgió, en parte, de las luchas identitarias del movimiento social por la liberación sexual. Se trató de una combinación del mercado capitalista y de la identidad sexual (Ariès, 1982). En este sentido, los dibujos de Tom de Finlandia expresan, fehacientemente, los cánones contemporáneos de la belleza masculina llevados a su paroxismo (Néret, 2013), pero, también, a través de las tramas de sus historietas, se muestra el sentido cultural de una vida sexualizada: surgía una categoría social que encarnaba una sociabilidad basada en el intercambio sexual (Pollak, 1982).

Ahora bien, en la historia social y política de Chile, el movimiento social por la diversidad sexual surgió tardíamente, producto de la fuerte presencia discriminatoria de la cultura científica y de la cultura tradicional. Estas discriminaciones culturales se concretaban en una serie de prácticas, como, por ejemplo, la persecución de la sodomía –dirigida (científicamente) por la medicina legal y el derecho penal (Fernández, 2016); además, se hallaban un sinnúmero de arbitrios conservadores, y un potente rechazo social –siempre presentes en la esfera pública (Contardo, 2011).

Además, la identidad masculina que dominó culturalmente en la sociedad chilena, desde mediados del siglo XX hasta fines de ese siglo, estaba constituida por elementos contrarios a una expresión sociocultural homosexual. Estos elementos provenían del orden social tradicional –donde se ubicaba la identidad del campesino y del peón–, y de la política familiar –que implicaba, sobre todo, una identidad de clase media. A mediados de los años ochenta, comenzó a articularse un movimiento social de la diversidad sexual en Chile, pero fue, sobre todo, con la transición democrática que este movimiento adquirió una presencia importante en los medios de comunicación social y en la agenda pública (Robles, 2008). La movilización de las minorías sexuales ha incluido a un conjunto amplio de organizaciones políticas y sociales, donde el primer objetivo de ellas ha sido producir cambios en la legislación chilena: recién en el año 1999 se despenalizó la sodomía. Además, este movimiento social no solo ha expresado políticamente unas demandas colectivas y legales, sino que también, desde sus orígenes, se ha relacionado con una autoafirmación comunitaria –a pesar de que, en sí misma, la comunidad de las minorías sexuales no ha sido ni unitaria ni uniforme, tanto en su composición social como en sus orientaciones genéricas y sexuales.

Como ocurrió en las sociedades occidentales, esta demanda sociopolítica de una comunidad cultural para las minorías sexuales,

desembocó en el desarrollo de un público seguro que "consumía" los productos y los servicios de un mercado homosexual. Por ejemplo, actualmente, en Santiago de Chile existe una amplia oferta comercial de lugares de entretención y de ocio para el segmento gay: según las guías de esparcimiento homosexual disponibles en la web, abundan las discotecas, los cafés, los bares, los baños turcos o saunas, los salones de estética integral, los hoteles, entre otros comercios.

Por otro lado, actualmente, el espacio social de la construcción masculina se ha liberalizado, es decir, ha penetrado en un orden liberal generalizado, lo que significa, en suma, que se ha masificado y se ha mercantilizado totalmente –perdiendo sus caracteres políticos. Entonces, dentro de este universo de consumo masculino, existe un auge de unos lugares centrales en la construcción identitaria: se trata de los gimnasios y de los centros comerciales. Por ejemplo, cada centro comercial, según un estudio de la Cámara Chilena de Centros Comerciales (2016), analiza permanentemente el entorno porque su objetivo es interactuar, conocer, interpretar y satisfacer profundamente a todos sus públicos de interés, donde se incluyen, por cierto, los bienes y los servicios dirigidos al hombre. Así, en el marco del capitalismo de consumo que se ha instalado en Chile, con las políticas económicas de la dictadura y de la postdictadura, una de las causas estructurales de la liberalización de la identidad masculina, ha tenido relación con el aumento de la tasa de ganancia en el sector de servicios de la economía, para, de este modo, incrementar el dinamismo del consumo, y esto por medio de un grupo objetivo que, gracias a las tendencias generales de la industria estética y erótica, necesita de una identidad sexual: esa categoría social, la constituyen los hombres heterosexuales.

HACIA UNA SEMIOSIS DE LA MASCULINIDAD

A partir de la mercantilización de la vida social que produce la sociedad de consumo, la individuación del sujeto masculino se configura por medio de elementos disponibles en el mercado. Estos elementos están constituidos por bienes económicos y culturales, los que permiten una acumulación y una posesión de signos, ya que toda mercancía es también parte de una significación (Baudrillard, 2005). Por tanto, la producción visual de la identidad social masculina se conforma transformando la materia en sentido, es decir, los objetos y los cuerpos se integran a una semiosis. Como señaló Roland Barthes (1971), todo uso de un artefacto se convierte en un signo de ese uso, entonces, se trata de un sentido que nace de la utilización de formas valoradas socialmente.

Así, la individuación tiene relación con los signos que voluntariamente ocupa el individuo, para generar una diferencia identitaria. En la sociedad chilena de consumo, los hombres se individúan, principalmente, a partir de la ropa, los accesorios, la musculación y la depilación. Estos cuatro signos se poseen en el mercado, y, luego, se emplean en la interacción social: constituyen los

modos para separarse del resto de los participantes de la sociabilidad, en un equilibrio entre la moda colectiva y la disimilitud individual.

Quisiera tomar un ejemplo disponible en las redes virtuales que permitirá aclarar la propuesta analítica de este artículo, es decir, esclarecer la aproximación semiótica a las formas sociales de la individuación masculina en la sociedad de consumo. He decidido tomar una parte de un video de JR Style, un creador de contenidos en el sitio web youtube que se dedica a entregar informaciones y datos sobre el "estilo vida para caballeros". En este caso, el video trata sobre cinco combinaciones de ropa que "siempre lucen bien juntas", de este modo, el vlogger señala que "te doy firmado que con estas combinaciones vas a llamar la atención", y que estos datos de ropa indican "como lucir siempre bien, aunque sea con pocas prendas".

Me gustaría prestar atención a la primera combinación de ropas que aparece en este video consultado: se trata del uso de vestimentas de color negro con otras de color camel. Específicamente, esta mezcla está basada en la utilización de prendas superiores (gabardina, impermeable, parka, chaqueta, etcétera) de color café caqui, color café claro o color camel, con prendas inferiores (pantalón, camisa, polera, etcétera) de color negro. El video muestra variadas imágenes de hombres que usan esta combinación de colores, en diferentes tipos de vestimentas, generando unas visualidades acordes con una masculinidad preocupada por los signos exteriores. Así, frente al signo visual que se produce con la combinación de prendas de color café y de color negro en cada una de las imágenes, es posible no solo percibir que se refieren a un hombre que se preocupa de su estética, sino que también se puede establecer un enunciado icónico, es decir, describir e interpretar el signo visual por medio del lenguaje articulado. Entonces, si se observa a un hombre, como los que aparecen en el video, que utiliza una chaqueta café con una camisa negra y un pantalón negro, lo cual le combina de un modo muy armónico, y, además, le entrega un estilo elegante, probablemente a esta percepción descriptiva –combinación de ropa armónica y elegante–, que ya es parte de un enunciado icónico, se le añada una connotación interpretativa: es un hombre elegante, que se viste muy bien, preocupado de su apariencia estética, de su belleza exterior, en suma, estoy en presencia de un hombre que se cuida y que quiere resaltar entremedio de los otros hombres.

Esta producción de la imagen surge dentro de un régimen de visibilidad, que actualmente es fundamental a la hora de fabricar estas identidades que cuidan el aspecto externo de la individuación. Se pueden destacar los siguientes elementos constitutivos de este régimen (Landowsky, 1993: 113-121): primero, existe un emisor y un receptor del proceso de intercambio visual; segundo, se halla un mensaje que es una imagen de sí mismo que ofrece el emisor; tercero, se encuentra el canal que utiliza el productor del mensaje para enviar su imagen –presencial, video, televisión, sitio web, etcétera; y tercero, bajo estas condiciones de comunicación, el receptor debe decodificar el mensaje

visual. Así, en nuestro ejemplo, se trata de imágenes en video, pero si se traslada este intercambio a la interacción presencial, la imagen que ofrecería un hombre que usa esas vestimentas, podría ser decodificada como un mensaje visual claro que le genera un dividendo diferenciador. Es lo que se conoce, en el lenguaje de la publicidad y de la moda, como un outfit, es decir, una tenida que marca una situación social del que la porta; en nuestro caso, el enunciado icónico resultante podría ser: aquel sujeto es un hombre que destaca por su ropa de rasgos modernos y estilosos, y que se preocupa de sí mismo, debe ser un profesional de una gran oficina, en definitiva, es un hombre que descolla entremedio de los otros hombres.

Por otro lado, estos mensajes que se intercambian en la interacción visual se desenvuelven, en la sociedad de consumo, en el sentido de un mercado competitivo, sobre todo en que lo que se refiere a los signos masculinos y eróticos. Sin embargo, las interacciones de este mercado de la imagen se enfrentan al problema de la moda colectiva: el hombre para sobresalir en su visualidad masculina recurre a las fórmulas de lo que está de moda, en un intento por capturar una diferenciación, la que, no obstante, es repetitiva. Por tanto, el hombre de la sociedad de consumo se halla en la problemática de encontrar un equilibrio entre la reiteración y la identidad. Entonces, para buscar una solución en la constitución de su identidad social, el hombre necesita individuarse y, para este objetivo, utiliza imágenes que siguen las modas de la industria estética. Ahora bien, dicho en términos de la microsociología, estos signos visuales que ocupa el individuo y que siguen la moda, Erving Goffman (2003) los llama símbolos. Es importante señalar que los símbolos que el individuo porta para fabricar su identidad, se dividen en dos tipos: signos emitidos y signos emanados. Así, los signos emitidos son aquellos que voluntariamente ocupa el agente social, en cambio, los signos emanados son aquellos que escapan del control del agente social, es decir, son involuntarios (Goffman, 1997).

Por ende, uno de los modos de controlar la diferenciación identitaria, en el marco del empleo de la moda, se relaciona con el intento de vigilar atentamente todos los símbolos que se portan y que se poseen: con este sistema, y para competir en el mercado de la imagen, se pone especial énfasis en los signos que emanan, vale decir, todos los detalles visuales se supervisan. Así, a la ropa y al cuerpo, se agregan el cuidado de la barba, de la piel, del cabello, y de todo el sinnúmero de accesorios que se ocupan. Por tanto, al controlar los signos emanados, el hombre desea maximizar todas las diferencias posibles en términos de identidad, aunque siempre del lado de lo aceptado y de lo valorado socialmente, y, además, en cuanto a los signos emitidos, producir algunos sesgos y rasgos que le permitan siempre resaltar entremedio de los otros hombres.

En resumen, los hombres cuando utilizan los objetos del consumo masculino construyen una estrategia política (Baudrillard, 2005), es decir, generan unas tácticas de diferenciación social. El uso estratégico y voluntario de ciertos signos objetuales –y, también,

corporales– posibilita una correlación entre el sistema de sentido y el sistema social: lo formal (en términos de función distintiva) y lo cultural (en términos de función discriminante) permiten la emergencia de una maniobra social: no ser igual al resto de la población masculina, emplear el consumo para lograr una máxima diferencia sociocultural y, además, una identidad sexual seductora y competitiva.

EL FETICHE, LA FÁBULA Y LOS CÓDIGOS DE LA MIRADA

Lanzado a la doble contingencia, el hombre de la sociedad de consumo, con todas sus marcas sexuales y sus señas culturales, debe probar que está vigente y que es válido para enfrentar a la interacción masculina en los espacios públicos, produciendo las respuestas codificadas de admiración, de lucha o de rechazo. Es decir, el sujeto masculino se encuentra, en el contexto de la interacción social, con los signos visuales de los otros sujetos masculinos: se trata del fenómeno de la mirada y sus dinámicas socioculturales. Por tanto, en este acápite, se intentará aplicar al proceso cotidiano del intercambio visual –con todos sus correlatos estructurales–, la aproximación analítica esbozada. Una de las maneras de producir una separación social respecto del resto de la multitud de hombres que compiten en el régimen de la visibilidad, para, de este modo, diferenciarse en cuanto a la identidad, se relaciona con la producción de un fetiche sexual: en este caso, se es siempre objeto de miradas. Así, algunos hombres de la sociedad de consumo pretenden generar una diferencia más neta en cuanto a los signos masculinos, y llevan las adaptaciones de las reglas hasta sus límites heteronormativos, dentro del ansia de una sexualización total de sus cuerpos: este tipo de individuo es aquel que se constituye en un fetiche sexual, lo cual le destaca frente a sus pares.

Un fetiche es un mero sistema de significantes, puesto que para conformar el objeto-fetiche (o el cuerpo-fetiche) se debe vaciar de contenido cultural y de trabajo social al conjunto de los signos, los cuales, gracias a esta negación de la sustancia y de la historia, logran emerger como unas marcas perfectamente (y pulcramente) articuladas en su clausura formal; cada marca es el resultado de todo un sistema de diferencias, por ello un fetiche es siempre conclusivo y articulado, de ahí su carácter complejo y deslumbrante (Baudrillard, 2005: 95).

Existen dos elementos principales del fetiche corporal del hombre de la sociedad de consumo, los cuales constituyen las bases de su economía de signos: la musculación y la depilación del pubis. En el cuerpo musculado se produce una significación compartida, vale decir, es algo que se observa a simple vista. Pese al trabajo evidente de la musculación –que se refiere al uso de drogas y de máquinas del gimnasio–, este cuerpo musculado igualmente se constituye en un código: el cuerpo emerge como una superficie cuidada y maravillosamente trabajada; para los otros, este fetiche encandila por la esmerada manifestación del canon estético-masculino. El músculo se

compara y en cada comparación el hombre penetra en una semiosis especular: siempre quiere ser el superior, el superior en el plano concreto y material, es decir y señalado en términos simples, ser el más fuerte, el más poderoso, el más corpulento.

Aunque de origen incierto y de forma no evidente (puesto que es algo que no observa a simple vista), la depilación del pubis conforma un código fetichista por excelencia. En cuanto a la observación, en los subterráneos de los gimnasios, en las duchas de las piscinas, o en los baños públicos, es decir, en los lugares de mirada del elemento íntimo, el hombre de pubis depilado tiene una preeminencia sexual, en el sentido de que sus genitales están más expuestos: la depilación masculina, muchas veces completa, es un acto que representa el cuidado y el deseo, o sea, una vida sexual activa, acorde a las tendencias de la industria erótica. Así, expresa una atracción a un misterio, a algo sin definición, a algo perfectamente limpio, una superficie ideal, un plano libre de contradicciones. Entonces, el falo depilado manifiesta, en el conjunto cultural que lo acompaña y lo clausura, el símbolo más sexualizado de la identidad masculina en el capitalismo de consumo.

Por otro lado, el hombre-fetiche –y, en general, el hombre de la sociedad de consumo– no se basta por sí mismo: necesita de la creación de una fábula. La fábula es un relato que se inscribe en la subjetividad y que a partir de esa dimensión –de las imágenes psíquicas, de los deseos íntimos, de los sueños personales–, el individuo intenta usar los signos objetuales y corporales para materializar esa narrativa, esa historia de sí mismo. Entonces, se puede dividir esta mecánica: los signos masculinos pertenecen al espacio social, en tanto que la fábula está ligada al espacio imaginario. Por esta razón, frente a la moral de esclavos (Baudrillard, 2005: 49-51) que propone el capitalismo de consumo –principalmente como compulsión por experimentar una identidad sexualizada–, la fábula es un sentido cultural que se integra al sujeto: la posibilidad de generar una orientación más allá de lo visible, es decir, una dirección existencial, un argumento vital, o rumbo personal.

Para lograr articular este destino, cuyo objetivo es salir del mero sistema diferenciador de los signos, el hombre debe fabricar una historia, un relato, una narrativa. Así, el régimen de la mirada masculina, no implica, para algunos hombres, la expresión de la totalidad identitaria que se desea mostrar en la interacción social. Por otro lado, de igual modo que la imagen del hombre se vacía de trabajo social para formar su identidad sexual, el relato del hombre se vacía de detalles narrativos –los que pueden emerger, eso sí, en una interacción verbal–, para de este modo presentar solamente la trama de la fábula personal, puesto que la trama es la estructura esencial de la historia. Entonces, la mirada masculina es una observación reglamentada, la que posee unas estructuras principales, a saber: primero, la compleja articulación entre el cuerpo masculino y el trabajo con los signos, generando una identidad visual, cuyo término se encuentra en el fetiche sexual; y segundo, la imitación de una trama que permite entregarle a la identidad masculina un sentido psíquico y cultural: es un ideolecto que

implica modificaciones al sociolecto de la identidad sexual. Entre ambos mundos, se hallan las trayectorias urbanas del hombre de la sociedad de consumo.

Las miradas en los intercambios urbanos están presentes de un modo transversal. No obstante, existen dos espacios donde las miradas pueden gozar de una mayor adaptación o, incluso, de una adaptación total. El primer espacio, se podría denominar lugares de cruce, donde encontramos, principalmente, a las calles céntricas, a los gimnasios y a los centros comerciales. Estos espacios permiten que las miradas se enfrenten, se confronten y se contradigan, incluso al punto de que la intensidad de la mirada –y la recurrencia de ella– puede quedar permitida. El segundo espacio, que se denominaría zonas liberalizadas, es donde emergen las miradas que, siendo absolutamente proscritas por su naturaleza homosexual, pueden poseer un lugar de accionar libre, por tanto, en los llamados sitios de ligue, en los espacios peligrosos nocturnos, es posible pasar del intercambio visual al intercambio sexual –lo que no sucede en los lugares de cruce.

En el contexto de la liberalización de la mirada masculina, ocurre a nivel cultural, según la propuesta de este artículo, una introducción del deseo homoerótico en todo este andamiaje del régimen de visibilidad. En este sentido, existen una serie de técnicas para atraer los juegos ópticos hacia sí mismo. En un conjunto de observaciones participantes que se desarrollaron en distintos centros comerciales de la capital, se investigó las formas de mirar que se producen en estos lugares de cruce. De un modo aproximativo, se concluyó que, dentro del amplio abanico del mirar, estas observaciones se pueden clasificar en cuatro estrategias centrales: a) mirar una vez y no volver a mirar –la que expresa un sentido de no-gustar; b) mirar una vez y luego mirar oblicuamente para saber si se ha devuelto la mirada –la que expresa un sentido de atracción simple; c) mirar una vez y luego volver a mirar frecuentemente –la que expresa un sentido de atracción intensa; y d) mirar con una recurrencia frecuente y con un gesto de deslumbramiento –la que expresa un sentido de gusto total y atracción absoluta.

Para cerrar esta indagación exploratoria de la competencia social de connotación sexual, podemos señalar a propósito de estas miradas: las situaciones sociales en los lugares de cruce, se integran a un régimen de visibilidad (Landowsky, 1993: 122-123), el que se sitúa en un modo principal de intercambiar los signos visuales, para concretizarse en las técnicas de mirada descritas en el párrafo anterior: el sujeto masculino, con todas sus señales sexuales y sus símbolos culturales, ofrece, fundamentalmente, una imagen de la publicación de sus roles privados, prefigurando un "no querer no ser visto". En este sentido, es la vida sexual (en sí misma) que desarrolla (o que pretende desarrollar) el individuo en su esfera privada, la que se presenta en el mercado de los signos visuales, y que se expresa como una identidad social, plausible de generar una orientación de su existencia cultural en una comunidad societaria traspasada por la mercantilización del

consumo. Por tanto, en este régimen de visibilidad, la imagen que más capta observaciones masculinas y que más maneja las técnicas para controlar dichas observaciones, es la relativa, entonces, al descaro, vale decir, "no querer no ser visto". En general, el individuo que se sitúa en este parámetro es el más sexualizado –el que ha generado un fetiche–, entregando, entonces, a la visión una publicidad de sus roles privados: sobre todo su trabajo privado para producir una imagen perfectamente erotizada, se hace parte de la interacción visual, ofreciendo esos elementos al público observador, en la forma de un código, o sea, de un artefacto íntimo y extraño a la vez.

CONCLUSIONES

La fabricación de la identidad social del hombre de la sociedad de consumo, se trata de un proceso que se encuentra relacionado con una diacronía y con una sincronía en el plano de la individuación masculina. A nivel diacrónico, la mirada liberalizada de la sociedad de consumo se hace parte de una historia de la mirada entre hombres. La mirada masculina estuvo proscrita y restringida a ciertos ámbitos: en las zonas liberalizadas, los hombres podían practicar la mirada de competencia erótica, y entregarse a los intercambios sexuales. Al menos desde el siglo XIX, los actos amatorios homosexuales no solo estuvieron prohibidos, sino que también estaban interdictos los lugares donde se ejercían las miradas que conducían a la práctica sexual. Gracias a las luchas del movimiento social de la diversidad sexual, comenzaron a legitimarse algunos espacios de interacción social, que eran también de intercambio sexual. Sin embargo, solamente con la sociedad capitalista avanzada, las miradas fueron permitidas totalmente: desde el peligro del ocultamiento, se ha pasado a un estado permisivo en términos de la observación de los signos masculinos. A nivel sincrónico, existe una homología entre el mercado homosexual y el mercado heterosexual: para ambos tipos de público, ha emergido un amplio espacio comercial que permite el embellecimiento del cuerpo masculino y, también, que posibilita la fetichización de dicho cuerpo.

En este sentido, se tiene, por un lado, una historicidad de la mirada masculina, y por otro lado, un conjunto sincrónico de semejanzas y de diferencias con las otras configuraciones sexuales. Entonces, el hombre de la sociedad de consumo se articula de un modo distinto a las otras identidades históricas, puesto que, básicamente, el hombre del consumo es aquel que tiene permitida la construcción identitaria con signos de connotación sexual y, por tanto, canaliza esta expresión sexual por medio de la mirada. Anteriormente, la sociedad chilena configuró otras identidades sociales del hombre: primero, una individuación del hombre peonal que se sostenía en un arraigado dominio homofóbico, el que surgía del marco social tradicional de la hacienda chilena; y segundo, una individuación del hombre familiar que provenía de las políticas públicas hacia la clase media, lo que permitía una ética de compromiso con la familia.

Por lo tanto, el hombre del consumo debe romper con el pasado de la cultura rural masculinista y con el entorno familiar de la decencia del hogar. Dicha ruptura no implica que tanto el masculinismo arraigado como la decencia de clase media, no sigan presentes en la identidad masculina, sino que, más bien, el hombre del consumo se constituye con una muerte estética (al parecer, primordialmente): su ideología no ha cambiado tanto, lo que ha mutado es su exterioridad, para ello, entonces, debe sucumbir su aspecto físico y su relato personal, para producir una nueva identidad (corporal y narrativa), y, además, debe reprimir sus impulsos homosexuales. La muerte estética produce a la masculinidad dominante actual, es decir, aquel proceso que transforma al individuo en un ser sexualizado, pero sin ser homosexual, quedando la concepción social de la minoría sexual intacta: exterior y ajena a todo este procedimiento.

REFERENCIAS

ARIES, P. (1982). "Réflexions sur l'histoire de la homosexualité". En: P. Ariès y A. Béjin. *Sexualités occidentales.* París: Éditions du Seuil.

AUGÉ, M. (2000). *Los no lugares. Espacios del anonimato*. Barcelona: Gedisa.

BARTHES, R. (1971). *Elementos de semiología*. Madrid: Alberto Corazón.

BAUDRILLARD, J. (2005). *Crítica de la economía política del signo.* México: Siglo XXI Editores.

_____ (2009). *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras.* Madrid: Siglo XXI Editores.

CONTARDO, O. (2011). *Raro. Una historia gay de Chile.* Santiago: Planeta.

ECO, U. (2011a). *La estructura ausente. Introducción a la semiótica.* Barcelona: Random House Mondadori.

_____ (2011b). *La production des signes.* París: Librairie Générale Française.

ERIBON, D. (1999). *Réflexions sur la question gay*. París: Fayard.

FERNÁNDEZ, L. (2016). "Historia de la homosexualidad en Chile, el secreto rosado de la República". Recuperado de: *http://ongceres.cl/index.php/2016/05/11/historia-de-la-homosexualidad-en-chile-el-secreto-rosado-de-la-republica/#_ftnref3*

FOUCAULT, M. (1998a). *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión.* México: Siglo XXI Editores.

_____ (1998b). *Historia de la sexualidad I. La voluntad de saber.* México: Siglo XXI Editores.

FUNCHS, E. (1996). *Historia ilustrada de la moral sexual I. La época burguesa.* Madrid: Alianza.

GENET, J. (1986). *Querelle de Brest.* París: Gallimard.

GOFFMAN, E. (1979). *Relaciones en público. Microestudios del orden público*. Madrid: Alianza.

_____ (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana.* Buenos Aires: Amorrortu.

_____ (2003). *Estigma. La identidad deteriorada.* Buenos Aires: Amorrortu.

LANDOWSKY, E. (1993). *La sociedad figurada. Ensayos de sociosemiótica.* México: Fondo de Cultura Económica.

LIPOVETSKY, G. (2007). *La felicidad paradíjica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. Barcelona: Anagrama.

MELERO, M. (2016). *Centros Comerciales: empresas en permanente transformación.* Santiago: Cámara Chilena de Centros Comerciales.

NÉRET, G. (2013). *Erotica universalis.* Köln: Taschen.

POLLAK, M. (1982). "L'homosexualité masculine, ou le bonheur dans le ghetto?". En: P. Ariès y A. Béjin. *Sexualités occidentales.* París: Éditions du Seuil.

ROBLES, V.-H. (2008). *Bandera hueca: historia del movimiento homosexual en Chile.* Santiago: Cuarto Propio.

SCHIDOR, D. & Fassbinder, R. W. (1982). *Querelle* [Película cinematográfica]. Alemania: Gaumont.

STYLE, JR. (2017). "5 combinaciones de ropa que siempre lucen bien juntas". Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=0R2rIsAY8jc.

Datos del autor

Fernando Franulic Depix es Licenciado en Sociología por la Universidad de Chile y Magíster en Historia por la misma casa de estudios. Entre 2011 y 2013 cursó estudios de doctorado en Historia en la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales de París. Ha realizado docencia en distintas universidades del país. En el ámbito literario, publicó el libro de cuentos *Linde* (Del Aire Editores, 2015).

[ARTÍCULO]

Entre metodología y ontología: la semiótica bajo los aportes filosóficos de Gilles Deleuze

Eduardo Yalán Dongo
Pontificia Universidad Católica del Perú
pcpueyal@upc.edu.pe

Recibido: marzo de 2017
Aceptado: junio de 2017

Resumen

En el camino de la semiótica canónica al discurso, la representación ha creado un hiato entre metodología y ontología que ha terminado de constituir al signo como elemento lógico-formal. Es recuperando los compromisos ontológicos de la semiótica representativa que pretendemos una ruta distinta partiendo de la reflexión ontológica del signo en el pensamiento del filósofo francés Gilles Deleuze (1925-1995). Es en el sentido de una *lógica del signo* deleuziana que pretendemos dos secciones para el presente artículo; (i) la presentación a la *inmanencia*, concepto utilizado en semiótica que sostiene su metodología y compromisos ontológicos y (ii) un punto de vista distinto respecto a la *naturaleza relacional del signo* y a su organización, una ontología distinta y trasversal a una posibilidad metodológica.

Palabras clave: Ontología; Gilles Deleuze; semiótica; signo; tensividad.

Abstract: *Between methodology and ontology: the semiotics under philosophical contributions of Gilles Deleuze*

On the path of canonical semiotics till discourse the representation, has created a gap between methodology and ontology that has ended up constituting the sign as a logical-formal element. It's by recovering the ontological commitments of representative semiotics that we intend a different route starting from the thought of a Gilles Deleuze (1925-1995) about the ontological reflection of the sign. It´s on the logic of a Deleuzian sign that we intend two sections for the present article; (I) presentation to immanence, a concept used in semiotics that supports its methodology and ontological commitments and (ii) a different point of view regarding the relational nature of the sign and its organization, a different ontology and a methodological possibility.

Keywords: Ontology; Gilles Deleuze; semiotics; sign; tensivity.

PROBLEMAS DE FUNDAMENTO

Louis Hjelmslev propone en las observaciones preliminares al libro *El lenguaje* (1971) dos periodos que determinan a las ciencias, en este caso, las ciencias del lenguaje (la lingüística); un periodo clásico y un periodo crítico. Los periodos clásicos son aquellos cuya disciplina se encuentra en conformidad (y respeto unánime) a un sistema sólidamente asentado, a diferencia de los periodos críticos, donde los cultivadores de la disciplina se ocupaban del sistema en sí mismo, de la interrogación por la esencia a partir de "*nuevos puntos de vista*". Seguimos a Hjelmslev en esta consideración, pues la semiótica vive actualmente un periodo crítico después de un letargo de conformidad metodológica que en muchos casos solo nos asentó en el mantenimiento de los fundamentos del discurso. El nuestro, como decíamos, es un periodo crítico, época de reformulación en el campo de la disciplina semiótica continental y sobre todo planteamiento abierto hacia una semiótica latinoamericana. El comienzo de una etapa de replanteamiento que no solo supone desempolvar y repensar los presupuestos teóricos que incuestionablemente sustentaban la teoría de la significación, sino también la propuesta hacia un nuevo punto de vista que permita abrir nuestra disciplina hacia otros *mundos posibles*.

Desde la pregunta *"¿Habría que rehacer la semiótica?"* formulada por Eric Landowski hace algunos años atrás se extiende un pedido, una demanda de atención a la emergencia sensible que recorre el mundo inmanente más allá (y más acá) de las lecturas discursivas y las formalizaciones lógico-interpretativas. Digámoslo de otro modo, la actual, es época de abandono de las ruinas del fundamento. En el Diccionario, Greimas y Courtés definen el nivel fundamental del '*método generativo de la significación*' de la siguiente manera "(...) El nivel fundamental se presenta como un dispositivo axiológico capaz de servir de base para generar un abanico tipológico de discursos posibles (...) Greimas y Courtés, 1982: 357). Fundamento es, para la semiótica continental, la centralidad a un nivel desde el cual se articula toda la posibilidad de los discursos sociales, centralidad que compromete también a la semiótica a una serie de definiciones ontológicas respecto al signo y su producción metodológica (compromisos que la semiótica, en favor del desarrollo metodológico, suspende). Este último punto es importante si consideramos que la crisis actual de la semiótica parte de un severo desgarro al fundamento, como bien lo señala Eric Landowski:

> "Sea lo que fuere, que el universo del semiólogo se reduzca hasta llegar a lo irrisorio o que, en el extremo opuesto, se infle hasta el punto de virar hoy día hacia una suerte de misticismo cientista en busca de no se sabe qué piedra filosofal, el asunto se reduce siempre a la misma teoría simplista de la significación" (Landowski, 2015: 34).

La autocrítica que presenta Landowski se desarrolla contra la búsqueda de cierta instancia teórica que subsuma el análisis del objeto

de estudio semiótico al nivel fundamental, al formalismo logicista y a la semiótica de la representación. Ya Foucault (2014) nos advertía del peligro de la búsqueda de la instancia fundamental y creadora de los discursos, es decir, la pretensión de reconocimiento de la fuente y el origen de estos. ¿Cuál es –dice Foucault- el problema del fundamento sino, en términos nietzscheanos, el de la falta de sentido histórico, la suspensión del acontecimiento dentro sistema? El ejemplo de la *Roma Cuadrada*, la arqueología de Freud que pretende buscar el principio fundamental en la psique humana (que es la culpa universal en el origen del hombre) es para Foucault (y Nietzsche) una falta de sentido histórico y un desmedro a la genealogía que no busca orígenes sino acontecimientos, *trastocamientos*. Así como la arquitectura que busca el principio fundamental de la creación, la semiótica se constituyó (constituye) bajo una serie de condiciones que actúan como si fuesen leyes, niveles fundamentales semánticos, platonismos disfrazados de categorías sémicas acabadas y sintaxis dialectizadas que encontramos ahora en las ruinas del fundamento.

Partiendo de esta constante búsqueda al fundamento es que nos parece pertinente, dentro de esta mentada época crítica de la semiótica, contar con los aportes del filósofo francés Gilles Deleuze respecto al concepto signo y a la noción de semiótica desarrollada al interior de su pensamiento. Lejos de mostrarse dentro del cliché del posmodernismo disperso y esteta, Deleuze propone diversas transformaciones sobre el concepto signo alejándolo de la definición representacional y canónica que, según nuestro filósofo, ha mermado la potencia de dicho concepto dentro de los análisis interdisciplinarios, tanto lingüísticos, sociológicos como psicoanalíticos. Proponemos en el presente artículo presentar, bajo el marco de la crisis de una semiótica que apuesta por la representación y el fundamento, el pensamiento o lógica del signo desarrollado por Gilles Deleuze como parte de una crítica propositiva respecto a los caminos venideros a la disciplina semiótica, no para renovar una teoría europea sino para interpelarla bajo los diversos contextos sociales (y por qué no latinoamericanos) difíciles de abordar si es que sigue presentando al método como un apriorismo inmortal. Si la semiótica canónica continental ha disecado los signos en favor del hacer metodológico (como la mercancía se diseca para no hacer legible la producción capitalista), lo ha hecho arrancando de sí su propia ontología (desde este punto de vista, la filosofía en la semiótica quedo relegada a la hermenéutica del texto analizado, una *semiosofía*[5] reactiva, pequeño-burguesa).

Es preciso devolver a la semiótica las preguntas ontológicas del signo, hacer de la filosofía una práctica constante en el quehacer del semiotista, en la génesis del signo en la vida social. Es en este sentido

[5] El término *semiosofia* lo tomamos (y lo exageramos) del semiólogo y filósofo peruano Oscar Quezada Macchiavello: "(…) podría tildar de *semiosófica* la hermenéutica aquí presentada: una sabiduría danza en la incesante conversión del sentido en significación" (Quezada 2017: 16).

que componemos en dos secciones el presente artículo; (i) la presentación a la *inmanencia*, concepto utilizado en semiótica que sostiene su metodología y compromisos ontológicos y (ii) un punto de vista distinto respecto a la *naturaleza relacional del signo* y a su organización, una ontología distinta y trasversal a una posibilidad metodológica.

INMANENCIA: COMPROMISOS ONTOLÓGICOS

En la semiótica estructuralista (y en sus apuestas más recientes a la fenomenología) el concepto de inmanencia es tan problemático como fundamental (donde descansa incluso la hipótesis que sostiene a la disciplina semiótica) de la lógica del discurso. Como es presentada habitualmente, el par inmanencia/trascendencia traza toda una distinción al respecto de dos diferentes escuelas, la semiótica pragmática (Peirce, Morris, Searle, D. Wilson, L. Karttunen, D.Sperber, etc.) que estudia las condiciones objetivas de producción del objeto de estudio, es decir, situaciones, teoría de la relevancia, condición social de los interlocutores, actos de habla, fuerza ilocutiva, perlocutoria, rastreo genealógico, etc. Por otro lado, la semiótica preocupada por la estructura semántica a través de los aportes de la escuela continental (Greimas, Courtes, Fontanille). Esta semiótica continental considera no a los signos sino a su soporte material *concreto y fijado* a algún tipo de documento, denominado *texto;* todo lo que se encuentre fuera de éste son simplemente elementos ajenos a sus modos de producción, por tanto *trascendentes*. El sentido se produce bajo las direcciones diferentes que acaecen *en este* texto, por lo que el estructuralismo sitúa en dicha "región" determinada su producción; de este modo el texto es inmanente ya que es una estructura de sentido producida en sí misma (autónoma) considerando sus condiciones internas de producción (una fotografía, una historieta, etc.). Si bien el análisis estructuralista no permite en su descripción inmanente ningún tipo de afección trascendente, entiende que "Todo análisis ha de ir, pues, de una inmanencia a una trascendencia y de una trascendencia a una inmanencia" (Blanco y Bueno 1986: 21). Se observar, entonces, el mantenimiento de una bifurcación negativa, de dos regiones separadas, "inmanente"/"trascendente" no como modos afirmativos sino opuestos, contrarios. Se tomará en principio, de forma prioritaria, esta última tradición semiótica para entrar en diálogo respecto al concepto de *plano de inmanencia* trabajado por Gilles Deleuze.

Uno de los sentidos de inmanencia, digamos el más relevante de la semiótica continental, es aquel que traza la limitación impuesta del sentido al texto para poder describirlo, la inmanencia del sentido excluye, en este punto de vista rígido, los hechos extra-lingüísticos, como las eventualidades y los acontecimientos, considerándolos cómo trascendentes ya que "perjudican" la homogeneidad lógico-formal de la

descripción. Esta es la postura de un inmanentismo que denominamos aquí como *inmanentismo rígido*[6] en la semiótica.

Para Deleuze, la inmanencia tiene otra presentación que apuesta ya no a la oposición (trascendente-inmanente) sino a la modulación de *enfoque* que implica dos conceptos nuevos; *la inmanencia absoluta* y el *plano de inmanencia*. La primera refiere a una vida absoluta e indeterminada que lo abarca todo (como aquella substancia en Spinoza) y por tanto, para los intereses semióticos, materia inmanente social. Por tanto, *la inmanencia absoluta* no se encuentra encerrada en un texto (donde se prescinden no solo de las coordenadas vivas de espacio-temporales sino también de la fuerza de la acción social –sistemas culturales-) ni mucho menos en un imperialismo lingüístico de la semiótica para interpretarlo. Por el contrario, la inmanencia es una vida indeterminada desde la que germinan los acontecimientos, eventualidades e intensidades. Ahora bien, esta vida indeterminada como *todo* o *absoluto* no puede ser tratada como 'cosa en sí' o 'noúmeno' (objeto dinámico) ya que es el resultado de una compleja heterogeneidad que continuamente la expresa, efectuaciones que multiplican su vitalidad, en suma, multiplicidades que actualiza el todo. Son estas expresiones de las que habla Deleuze en *la inmanencia* las que denomina "secciones" o "planos", *planos de inmanencia* a los que accedemos a través de una criba semiótica que actualiza la materia intensiva de la vida, son los signos (ya no definidos como elementos perceptivos de representación) agenciados los que permiten experimentar, coágulos que expresan (más no representan) los fluidos de vida. En suma, la introducción de este concepto novedoso de inmanencia compromete a la semiótica a abrir sus intereses hacia la pragmática –ese antiguo trascendente- que era vista como el basurero de la lingüística y el estructuralismo*:*

> *"*La imposibilidad de definir una semántica, una sintáctica o incluso una fonemática, como zonas científicas del lenguaje que serían independientes de la pragmática; la pragmática deja de ser un "basurero", las determinaciones pragmáticas dejan de estar sometidas a la alternativa o bien recaer fuera del lenguaje, o bien responder a condiciones explícitas bajo las cuales son sintactizadas y semantizadas; la pragmática deviene, por el contrario, el presupuesto de todas las otras dimensiones, y se insinúa por todas partes." (Deleuze, 2012: 83)

La inmanencia semiótica no solo se repliega sobre un eje interno representativo, sino que cierra (cual cárcel[7]) las variables de

---

[6] Jean-François Bordron presenta está inmanencia como "La inmanencia radical" en un sentido hjelmsleviano, que reconoce las dependencias que existen en el objeto, estas dependencias internas producen una descripción inmanente del mismo. Cfr. Bordron, 2014

[7] Para Jean-Claude Milner, el estructuralismo se encuentra pensando, si seguimos la alegoría de la caverna de Platón, no en la salida a la caverna sino en la producción misma de los discursos que sobreviven en la apariencia. "Porque al sostener que no se

expresión intensiva (acontecimientos) de la vida inmanente que pondrían los signos en relación con el afuera. Dicho esto, no le queda nada a la oposición inmanencia/trascendencia. En los *"Prolegómenos a una teoría del lenguaje"* Louis Hjelmslev (1899 – 1965) comienza y termina con una apreciación sobre la inmanencia semiótica considerándola como el trabajo prioritario de la lingüística (y eventualmente de la semiótica). Pese a sostener una "estructura autosuficiente" y una inmanencia a primera vista cerrada, el concepto de inmanencia para Hjlemslev se construye en un orden procedimental adoptando primero el análisis un trabajo inmanente para después, en un segundo momento, alcanzar un grado de trascendencia (condiciones de producción de eventos, accidentes, hechos genealógicos o situaciones sociales): "En lugar de ocupar de nuevo una posición clave en el conocimiento. En lugar de ser un obstáculo para la trascendencia, la inmanencia le ha dado una base nueva y mejor; la inmanencia y la trascendencia se reúnen en una unidad sobre la base de la inmanencia." (Hjelmslev, 1974: 176). Deleuze no se encuentra lejos de esta apreciación:

> "Podemos siempre invocar un trascendente que caiga fuera del plano de inmanencia; o incluso que se lo atribuya, seguirá quedando que toda trascendencia se constituye únicamente en la corriente de conciencia inmanente propia a este plano. La trascendencia es siempre un producto de la inmanencia." (Deleuze 2007: 350)

En este sentido, Deleuze congenia con Hjelmslev en tanto éste aboga por la construcción y apertura a una heterogeneidad semio-colectiva como actualizaciones de lo inmanente virtual. Deleuze concilia el *plano de la inmanencia* con la irrupción del acontecimiento (la irrupción violencia de los signos) en la producción de sentido, en relación con el afuera social, ese antiguo trascendente. Se rechazará por tanto la postura estructuralista de la semiótica al encerrar al signo dentro de una *inmanencia rígida*, apostando, por el contrario, a la composición de una lógica del signo que apele a una colectividad, a una pragmática, en suma, a una vida inmanente e intensiva. De aquí que, si hablamos de un signo cromático (el color rojo, por ejemplo), dicho signo se encuentra expresando y desarrollando la materia intensa siempre ligada a fuerzas sociales: "Una herida se encarna o se actualiza en un estado de cosas y en una vivencia, pero ella es en sí misma un virtual puro en el plano de inmanencia, que nos implica una vida." (Deleuze, 2007: 350). Con ello, un signo (una herida) acontece implicando una vida, componiendo el plano como singularidades no subjetivas, gestos que implican la diferencia intensiva de la vida inmanente. Precisamente, el sentido se encuentra íntimamente ligado al desarrollo de esta materia social, si, por el contrario, el objeto de estudio se cierra, es decir, el texto se hace incorruptible al acontecimiento y movimiento vital de los signos, ¿de qué manera podría ser tratarlo más que como simple soporte fijo y sedimentado de signos, signos replegados, signos *para-si*? Si afirmamos esta inmovilidad

---

sale de la Caverna, que en verdad no hay un exterior de ella, los hombres de 1960 no eligieron la tristeza sino la alegría (…)" (Milner 2003: 175)

y petrificación semiótica entonces la inmanencia y por ende los signos, permanecerían contrarios a la vida-pragmática (donde la vida inmanente no es un texto, ni un cuerpo), se continuaría pensándola como un residuo, basurero de la lingüística del análisis semiótico "inmanente".

¿Cuál sería entonces el concepto trascendental, es decir, el hacer metodológico que permita estudiar los procesos semióticos? Si para la semiótica estructuralista lo trascendental (considerándolo como aquellas condiciones de la experiencia semiótica posible) se resolvía en la comprensión metodológica del *recorrido generativo de la significación* (de niveles articulados), método que evaluaba la producción de significación al interior de los textos. Para Deleuze hablar de un campo trascendental supone no establecer una semiótica general *a priori* que dicte las condiciones de posibilidad en la articulación de significación. Por el contrario, el *campo trascendental* afirma un campo de inmanencia que se ocupa de la *génesis* de los signos en experiencias reales, no condicionándolos con una metodología *a priori*. Construir dicho trascendental supone no regir sobre los dominios empíricos, es decir sobre lo dado, sino dar cuenta de la dependencia del dominio empírico de los signos respecto a su propio principio inmanente. Con el fin de componer dicha génesis a la lógica del signo, Deleuze precisa de los conceptos de *intensidad* y *extensidad*; si el signo se compone en los encuentros inmanentes, aquello que le permite hacerse signo es la modulación entre *la intensidad y la extensidad*.

LA PROBLEMÁTICA DE LA TENSIVIDAD

Desde *Semiótica de las pasiones* (1994) de A.J. Greimas y J. Fontanille, la teoría semiótica estructuralista introduce al campo de la significación el concepto de intensidad por un reconocimiento fundamental, la distinción (negativa) entre *modalización* (estados modales) y *aspectualización* (variaciones de intensidad). En un movimiento precedente, la semántica generativa solo enfocaba su interés en el rol narrativo y sémico del discurso, por lo que el libro de Greimas y Fontanille suponen un cambio en la composición de la estructura, que ahora parece navegar sobre un campo de fuerzas aun poco comprendido.

En vista de la observación epistemológica de algunos estados modales y su cierta ondulación afectiva se introduce (necesariamente y de forma inevitable, a comienzos de la década de los noventa) el concepto de *intensidad*. A partir de este trabajo conjunto (Greimas y Fontanille) la semiótica inicia un interés por el *"estupor"* y el *"asombro"* que implica el desarrollo del concepto de intensidad y de las variables de sentir en la producción de sentido en el discurso. Sin embargo, la presentación es aun limitada; la intensidad permanece en su comprensión modal y solo en la racionalidad del discurso la intensidad parece darse a conocer bajo dos características (i) como *aspectualización*,

es decir la intensidad al servicio del discurso y solo conocida a través de este (su extensidad) (ii) como evolución cuantitativa que revela de forma permanente la aspectualización del objeto (la intensidad en tanto significancia) (Greimas y Fontanille, 1994: 98). Estos dos puntos indican la naturaleza de la intensidad para la semiótica como variación aspectual, es decir, como escalas de intensidad[8], o grados (a la kantiana). En la definición que dan Greimas y Fontanille, la intensidad es en primer lugar, una de las formas de la distribución de las tensiones (y las distenciones) en el desarrollo del proceso y en segundo lugar, una intensidad-para un actante que orienta sus escalas (*extentio*) y la *compara*. La intensidad entonces es considerada como una manifestación sensible de magnitudes, una aspectualización, una forma discursiva controlada por un sujeto.

En la definición posterior de Jacques Fontanille, en *Semiótica del Discurso* (2001), la intensidad no pierde este estatuto, es ahora una mira que fluye del sujeto (Fontanille incluso vincula la intensidad al interpretante peirciano) dirigiéndose al mundo. El sujeto como percibiente de variaciones de intensidad (tempos rápidos o lentos, tonalidades fuertes o débiles) siendo solo considerada en la extensión (temporalidad y espacialidad) como *subjetal*. Las variaciones de intensidad, por ejemplo, asociadas a un cambio de distancia o a un desenvolvimiento del tiempo son sensaciones recogidas *por el sujeto* en la medida en que este las utiliza para formar valores en un discurso. La intensidad por tanto se presenta en la substancia de la expresión, es percibida, sentida, presentida como fuerte o débil para un cuerpo, por un cuerpo (propioceptividad), en otras palabras, la intensidad permanece sujeta al dominio interno de la corporalidad (como "yo puedo" fenoménico), es intensidad y energía de algo, de un efecto de la presencia sensible y de un dominio interior (interoceptivo) del cuerpo propio que se convertirá en una formalización, en un plano del contenido (un significado). La intensidad semiótica se convierte en *una anticipación de la percepción* en la medida que el aspecto de la experiencia perceptiva (intensidad perceptual) se hace notar al cuerpo, en la medida en que funciona como un aspecto de la cosa (la intensidad representada en una expresión).

No es sino en *Tensión y significación* (Fontanille y Zilberberg, 2004) libro coautoral escrito por Jacques Fontanille y Claude Zilberberg, donde surge la propuesta de una semiótica tensiva que aparentemente rompa (y en algunos casos comulgue) con el estructuralismo. La reflexión inicial de este libro propone una vinculación que desarrollaremos aquí, los autores rescatan la intensidad introducida por Hjelmslev en *La categoría de los casos*[9] y las reflexiones de

[8] "La intensidad pasional como la manifestación de la modulación de lo continuo, susceptible de distribuirse, en el momento de su convocación en discurso, a la vez sobre el proceso y sobre el objeto, llegando a si a ser definitorio de la pasión del sujeto". (Greimas y Fontanille 1994: 98).

[9] "La casilla seleccionada como intensiva tiene tendencia a concentrar la significación, mientras que las casillas escogidas como extensivas tienen tendencia a expandir la

Deleuze en *Diferencia y repetición*[10] y señalan una intimidad: "No podríamos pasar en silencio el hecho de que G. Deleuze inaugure su reflexión sobre la diferencia con unas consideraciones sorprendentemente parecidas [A las de Hjelmslev]" (Fontanille y Zilberberg, 2004: 44). Pese a la notable vinculación de Zilberberg entre ambos autores, la traducción de Fontanille (Colaborador de Zilberberg en dicho libro) resulta decepcionante como interpretación de la diferencia en la filosofía deleuziana ya que, en relación a Hjelmslev, enuncia (i) La diferencia se compara con una reflexión próxima a la Gestalt[11], es decir, se instala una presunta oposición entre figura y fondo en Deleuze[12] (Oposición entre el rayo y el cielo, oposición entre el gran mar mucoso frente a los residuos que este desprende a la superficie). (ii) Considera la determinación y lo indeterminado en una relación de oposición, una *"primacía de la oposición"*, según enseñanza de Saussure (iii) La distinción considerada como un antes de la diferencia (iv) La disimetría como una oposición. Pese al uso deleuziano del concepto de "diferencia", la apreciación de Fontanille no escapa de la oposición greimasiana y la máquina binaria de signos, facultando al "término preciso" y a un "término vago" en una relación de oposición extendiéndola a las nociones de lo determinado ("algo") respecto de lo indeterminado ("no importa qué").

De los puntos (i), (ii) y (iii), sobresalta una conclusión, la intensidad en esta perspectiva sigue siendo esclava de una ontología negativa semiótica, a saber, solo sirve para "animar" las oposiciones sígnicas: entre Luminoso-Oscuro, no luminoso-no oscuro, no oscuro-luminoso y no luminoso-oscuro existe un "abismo", por lo que la intensidad es presentada en un rol ornamental, dedicándose solo a llenar estos vacíos y estas brechas de los polos negativos principales. ¿Qué tanto ha cambiado la semiótica tensiva-fenomenológica respecto al viejo estructuralismo y su ontología negativa?

---

significación sobre las demás casillas, hasta invadir el conjunto del dominio semántico ocupado por la zona" (Hjelmslev, 1978: 112-113).

[10] En lugar de una cosa que se distingue de otra cosa, imaginemos algo que se distingue – y sin embargo aquello de lo que se distingue no se distingue de sí. El relámpago, por ejemplo, se distingue del cielo negro, pero tiene que arrastrarlo consigo, como si se distinguiera de lo que no se distingue. (…) La diferencia es ese estado de la determinación como distinción unilateral. De la diferencia hay que decir entonces que la hacemos o que se hace, como en la expresión "hacer la diferencia" (Deleuze 2009: 61).

[11] "La situación de la percepción no es la que describirá la Gestalt, cuando establezca las leyes de la «buena forma. contra la idea de una percepción alucinatoria, sino la que describen Leibniz y Quincey; cuando se acercan a un ejército o un rebaño, ante nuestras miradas alucinadas" (Deleuze, 1989: 122)

[12] El propio Deleuze no se encontraba contento respecto a los ejemplos en Diferencia y repetición al respecto de la intensidad, ya que era mostrada como algo que surge del fondo como carácter expresivo: "El esbozo de una teoría de la intensidad que yo presentaba en ese Libro estaba marcado por una profundidad, ya fuera falsa o verdadera: La intensidad aparecía como algo que surge de las profundidades" (Deleuze, 2007: 74).

La reflexión deleuziana señala lo contrario a esta interpretación semiótica de Deleuze efectuada por Fontanille-Zilberberg; la intensidad no es una precondición ni un grado que encargado de llenar los vacíos-brechas (a la kantiana), ni mucho menos se encuentra al servicio de la negación saussuriana, más bien, es una emergencia genética y plástica, no una fundamentación sino un *continuum* no orientado que atraviesa lo indiferenciado y lo diferenciado: luminoso-oscuro, frio-caliente, bueno-malo, no son comienzo y fin de la intensidad sino resultados, mesetas y esquicias que acaecen al medio de su penetración e irrupción ¿Qué importan pues los significados para la intensidad? Es preciso dar una orientación ontológica nueva en favor a una (incluso metodológica) lógica del signo.

INTERVALO: LA EXPRESIÓN DE INTENSIDAD

Si consideramos al signo como fenómeno o *pliegue* es porque acontece en el plano social inmanente creando inflexiones que expresan una determinada *diferencia o intensidad* y con ello permiten la comunicación entre otros pliegues-signos. El trueno que se produce como pliegue del fondo indeterminado, la ola en movimiento en la superficie del mar como pliegue producido por el encuentro de fuerzas, la subjetividad plegada producida por el encuentro, la meseta que surge en el desierto, ¿Cómo se produjeron? ¿Cómo se plegaron? Si el signo pliega y se pliega, también indica (esa es su particularidad) la fuerza que produjo su plegamiento. Siguiendo los estudios de Deleuze sobre Spinoza, son *signos indicativos* los efectos físicos sensoriales o perceptivos que envuelven la naturaleza de la causa pero que indican la propia naturaleza del efecto, en otros términos, el signo-pliegue sería aquí una percepción o afección (*affectio*) de un cuerpo externo sobre otro. Tal como se lo presenta en el tercer capítulo de la *Ética* de Spinoza, se habla de la afección como efectuación de un encuentro con alguna causa externa o fuerza, en el ejemplo kantiano, del Sol que endurece la arcilla y hace fundir la cera: "(…) porque el signo es sensación o afecto, surgimiento de un nuevo punto de vista, ejercicio sobre un sujeto cualquiera. La noción misma de afecto remite a una lógica de fuerzas" (Zourabichvili, 2011: 54-55).

Ahora bien, las fuerzas que entran en coalición y que pliegan los cuerpos, por ejemplo, el Sol y la cera, mantienen procesos distintos y responden a aspectos de organización incluso disimiles. Decía Milner "la forma de la onda no es análoga ni a la "forma" del viento ni a la "forma del agua" (Milner, 2003). Deleuze aboca toda su atención a este hecho, ya que, si el signo es un efecto, un pliegue en, por ejemplo, la conciencia o la vida social, lo es en tanto no reconoce una armonía de este efecto sígnico con su causa-encuentro, en otras palabras, *el efecto-signo no es semejante a la causa, no es una copia o calco de la causa (fuerza), mucho menos la representa sino que la expresa.* Esta idea es recurrente en la filosofía de Gilles Deleuze, la subrayábamos en la definición de LA inmanencia respecto a sus efectuaciones y no debe perderse en la composición del *signo* como *indicativo*: "La conciencia, más que

expresiva, es forzosa y primariamente impresiva: recibe los impactos del exterior, las huellas y los efectos, pero desconoce sus causas y, por tanto, es impotente para expresarlas adecuada y conscientemente" (Pardo, 2014: 50). Así como la vida, la semiosis social solo reconoce los efectos en tanto estos se encuentran separados de sus causas[13], en la medida que existe un *intervalo* que permite conocer solo los efectos y distinguirlos de la naturaleza de su causa. La figura del intervalo es importante, porque "Si se dan un intervalo entre acción y reacción, ya no tienen encadenamiento directo de la acción sufrida y de la reacción ejecutada." (Deleuze, 2001c: 34) Es decir, la reacción no se encadena inmediatamente con la acción sufrida, siempre hay un abismo entre un signo y otro, entre un pliegue y otro, que pueblan un desierto: "como las tribus que pueblan el desierto sin que deje por ello de ser un desierto." (Deleuze, 2006: 233). Una brecha es la relación de signo con las cosas, un intervalo que supone no reconocer la naturaleza de la causa sino únicamente, como se ha precisado, la indicación de nuestro propio cuerpo afectado (el *modo*, en lenguaje de Spinoza) y no la del cuerpo afectante, causante. No hay analogía ni semejanza entre el signo y el encuentro de fuerzas que lo componen, tan solo una expresión, una huella del encuentro que envuelve a su vez el sentido que se desplegará posteriormente. Tampoco habrá analogía, semejanza, oposición, homofonía o contigüidad lingüística *a priori* en la relación de un signo con otro signo cuando éstos surgen de la experiencia.

Esta es precisamente la diferencia de la composición del signo en Deleuze frente al psicoanálisis. Para Lacan, la relación entre los signos es una *cadena significante*[14] que lleva del S1, al S2, al S3, en tanto relaciones metonímicas y de metáfora. Es decir, si existe una conexión entre un significante y otro es en la medida que estos tropos la soportan *a priori*, si existe una cadena significante que forma anillos uniéndose a otra cadena como collar, es porque entre el S1 y el S2, entre signos-significantes, existe una relación análoga. Es así como el fonema [pared] se convierte en [padre], el enunciado *"quiero partir con un grupo hippie a la india"* hace que el significante "*hippie*" se asocie por relaciones homofónas con "*pipi*" (en francés, *gros pipi*), donde la interpretación podría ser relacionada por un tema de impotencia sexual direccionada a su vez con un caso familiar[15]. Para Deleuze, la cadena

[13] Deleuze rescata esta idea de Spinoza, precisamente la idea puede rastrearse en el Libro II de la Ética, en la proposición XVI y en el escolio de la proposición XXXV (Spinoza, 2009: 168). En el curso sobre Spinoza, Deleuze dirá: "En efecto –y atención, es muy importante- nos dice [Spinoza]: cuando el sol actúa sobre mi cuerpo, la impresión que deja sobre mi cuerpo indica más la naturaleza de mi cuerpo afectado por el sol que la naturaleza del sol" (Deleuze, 2008: 286).

[14] "Una estructura es una cadena de elementos distintos en su realidad material, pero semejantes en su pertenencia a un mismo conjunto. Estos elementos se denominan significantes" (Nasio, 1992: 70).

[15] "Hay un tipo que me escribió dando un ejemplo típico de lo que Felix acaba de citar como interpretación psicoanalítica. El tipo le dice a su psicoanalista que quisiera partir con un grupo hippie a la India, que tiene ganas de largarse, y el psicoanalista le responde de inmediato "grupo hippie, es gran pipi, ve que siempre se trata de su tema

significante falla en estos dos tiempos, (i) por presuponer que las relaciones entre los signos se dan como lenguaje (los tropos de la metáfora y la metonimia) y (ii) por establecer un significante privilegiado como fundamento de la cadena; el significante familiar, la castración, el Edipo.

Por el contrario, entre un signo y otro no preexiste una condición de unión como un *a priori* metodológico trascendental que nos indique la vinculación de los signos, por lo que el intervalo debe ser cartografiado semióticamente. En el Perú, por ejemplo, (y en general en la problemática latinoamericana) los intervalos semióticos se propagan; intervalo entre las costumbres orales y las leyes, intervalos entre los discursos de mercado y las relaciones corporales, intervalos entre el espíritu jerárquico y la tradición indígena. Intervalos que son 'llenados' y poco comprendidos por reglas semióticas de oposición o identidad (lo "común" de ser humanos). Los signos se unen tras el encuentro con otros signos y solo el encuentro puede anudarlos, contagiarlos, agruparlos o relacionarlos. Es en estas relaciones de la experiencia real intensiva que el sentido se desenvuelve en el despliegue del signo por el intervalo, precisamente, la reflexión sobre el sentido desarrollado en el despliegue del signo es la tarea de la filosofía en la semiótica, no cómo una actividad replegada en la interpretación de un texto sino en el hacer mismo de la producción semiótica. Si el signo, producto de la fuerza de cuerpos, supone el sentido entendido como efecto de esta violencia del encuentro de fuerzas nos acerca a una reflexión filosófica de la lógica del signo: "Nunca encontraremos el sentido de algo (fenómeno humano, biológico o incluso físico), si no sabemos cuál es la fuerza que se apropia de la cosa, que la explota, que se apodera de ella o se expresa en ella (…) Toda la filosofía es una sintomatología y una semiología" (Deleuze, 2002: 10). Con esto, la filosofía en el pensamiento sobre el signo esboza sus dos tareas, (i) el pensamiento de lo no pensado aún (la diferencia, la inmanencia absoluta) y (ii) un empirismo superior: cartografiar las relaciones de fuerzas que componen una semiología (trabajar sobre el plano de inmanencia).

A MODO DE CONCLUSIÓN

Decir que la semiótica es una metodología no comprometida con bases ontológicas supone pensar al signo como herramienta formal y a la filosofía plegada en un hacer interpretativo, traductor. Pese a la negativa, desde la presentación de las relaciones representativas de los signos (la oposición en el cuadrado semiótico, por ejemplo) la semiótica se encuentra ligada a compromisos ontológicos que habilitan su práctica y que finalmente componen su quehacer. Hemos pretendido revisar algunos de estos compromisos dentro del registro de una semio-filosofía o *semiosofía* que permita ampliar el marco metodológico discutiendo la propia ontología que lo alimenta, la producción. Así,

de la impotencia. Hay toda clase de sujetos que, en ese momento tienen ganas de levantarse y da un portazo" (Deleuze 2016: 217).

consideramos que el hacer filosófico no solo se encuentra en la descripción hermenéutica sino resulta una práctica presente en la génesis y producción del signo al interior de la vida social. Discutir sobre el estatuto de la inmanencia no dentro de la rigidez metodológica sino como dimensión comprometida con una ontológica del signo permite a la semiótica dialogar abiertamente no solo con la filosofía (en este caso bajo las reflexiones de Gilles Deleuze) sino supone también abrirla a la reflexión interdisciplinaria en las ciencias sociales. No solo discutir sobre las estéticas y connotaciones de la mercancía para el marketing, sino de la producción del signo dentro de la producción social de consumo, dentro de la vida social inmanente. Finalmente, y como parte de este diálogo, se discute las hábiles propuestas de la *semiótica tensiva* (Fontanille, Zilberberg) no para invalidarla sino para complejizar su horizonte teórico adscribiendo nuevas preguntas respecto a conceptos precisos utilizados en su metodología (tal fue el caso del concepto *intensidad*, trabajado aquí).

Ahora bien, si bien se ha pretendido discutir solo los aportes ontológicos del signo en Gilles Deleuze (el lado menos discutido de su lógica del signo) para interpelar el trabajo de la semiótica continental, es preciso comprometer también a la teoría con el paso siguiente, es decir, a la comprensión y organización social del signo. Para la semiótica canónica, la pragmática ha sido presentada como parte de un nivel trascendente no pudiendo inscribirse dentro de las problemáticas semióticas y más bien ha sido utilizada como un elemento secundario del objetivo analítico. Sin embargo, el siguiente paso de la crítica deleuziana se concentra en la presentación de la semiótica como parte de un concepto pragmático, es decir, ligado a las formas de vida, a la inmanencia social que descompone y compone las organizaciones sociales mezclando diferentes *regímenes de signos* que pretenderán componer la significación social y la semiosis colectiva. Este es precisamente, la tarea de una semiótica venidera, no solo interpelar sus compromisos ontológicos sino organizarlos en procesos sociales que permitan la renovación de su propia metodología.

REFERENCIAS

BLANCO, D. y QUEZADA, O. (2014). "Modos de inmanencia semiótica" (en) *Tópicos del Seminario,* núm. 31, enero-junio. Puebla, México: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. (pp. 117-138)

BORDRON, J. (2014). «La inmanencia radical ». *Tópicos del Seminario*, núm. 32, julio-diciembre, Puebla, México: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, pp. 15-37

DELEUZE, Gilles (2016). *Cartas y otros textos*. Compilado por David Lapoujade. Buenos Aires: Cactus.

_____ (2012). *La imagen-tiempo. Estudios sobre el cine 2*. Buenos Aires: Paidós.

_____ (2009). *Diferencia y repetición.* Buenos Aires: Amorrortu.

_____ (2008). *En medio de Spinoza*. Buenos Aires: Cactus.

_____ (2007). *Dos regímenes de locos. Textos y entrevistas (1975 - 1995).* Edición preparada por David Lapoujade; versión castellana e introducción de José Luis Pardo. Valencia: Pre-textos

_____ (2006). *Conversaciones 1972-1990*. Traducción: José Luis Pardo. Valencia: Pre-textos.

_____ (1989). *El pliegue. Leibniz y El Barroco.* Traducción de José Vásquez y Umbelina Larraceleta. Barcelona: Paidós.

FOUCAULT, M. (2014). *El orden del discurso.* Traducción de Alberto Gonzales Troyano. 7ª edición. Barcelona: Tusquets.

FONTANILLE, J. (2001). *Semiótica del discurso*. Lima: FCE.

FONTANILLE, J. y ZILBERBERG, C. (2004). *Tensión y significación.* Traducción: Desiderio Blanco. Lima: Universidad de Lima.

GREIMAS, A.J. y FONTANILLE, J. (1994). *Semiótica de las pasiones. De los estados de cosas a los estados de ánimo*. Mexico D.F.: Siglo Veintiuno.

GREIMAS, A. y COURTES, J. (1982). *Semiótica: diccionario razonado de la teoría del lenguaje.* Madrid: Gredos

HJELMSLEV, L. (1978). *La categoría de los casos.* Madrid: Gredos.

_____ (1971). *El lenguaje.* Madrid: Gredos.

KANT, I. (2006). *Crítica a la razón pura.* Traducción Pedro Ribas. México: Taurus.

LANDOWSKI, E. (2015). *Pasiones sin nombre. Ensayos de socio-semiótica III.* Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.

LACAN, J. (2008). *Escritos 1*. Tomo 1. 2a ed. Buenos Aires: Siglo XXI

LOPEZ MAGUIÑA, S. (2007). "El mito como forma simbólica". *Revista Lienzo 28*. Lima: Universidad de Lima.

MILNER, JC. (2003). *El periplo estructural: figuras y paradigma.* Buenos Aires: Amorrortu.

MONDOÑEDO, M. (2013). *Semiótica del Castellano. Programa de licenciatura para profesores sin título pedagógico en lengua extranjera*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

NASIO, D. (1992). *Cinco Lecciones sobre la Teoría de Jacques Lacan.* Traducción Graciela Klein. Barcelona: Gedisa.

PARDO, J.L. (2014). *A propósito de Deleuze.* Valencia: Pre-textos.

QUEZADA, O. (2017). *Mundo mezquino: Arte semiótico filosófico.* Lima: Universidad de Lima.

SAUSSURE, F. (2004). *Escritos sobre lingüística general.* Trad: Clara Ubaldina Lorda Mur. Barcelona: Gedisa.

SPINOZA, B. (2009). *Ética demostrada según el orden geométrico.* Traducción, introducción y notas de Vidal Peña García. Notas y epílogo de Gabriel Albiac. Madrid: Tecnos.

ZILBERBERG, C. (2015). *La estructura tensiva.* Traducción: Desiderio Blanco. Lima: Universidad de Lima.

ZOURABICHVILI, F. (2011). *Deleuze. Una filosofía del acontecimiento.* Buenos Aires: Amorrortu.

Datos del autor

Eduardo Yalán Dongo es comunicador y publicista, especializado en temas de semiótica publicitaria y filosofía contemporánea. Miembro de la Asociación Peruana de Semiótica y candidato a magister de filosofía en la PUCP. Director de planeamiento en la agencia de investigación semiótico-publicitaria S.I.C (Semiótica, imagen y comunicaciones). Docente de semiótica y semiótica publicitaria en la UPC y en ISIL. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) Lima-Perú.

asociación chilena de semiótica

[ARTÍCULO]

Byung-Chul Han: Sobre la revolución digital

Facundo Rodríguez
Universidad Nacional de Santa Fe
frodriguez@humanidadesucsf.edu.ar

Recibido: marzo de 2017
Aceptado: junio de 2017

Resumen

Una crítica aguda y original de la sociedad occidental contemporánea que se enriquece con los aportes de un amplio repertorio de intelectuales, ha otorgado a los trabajos del filósofo surcoreano Byung Chul Han una progresiva relevancia internacional. En este trabajo intentaremos acercarnos a sus nociones acerca de la "revolución digital", un fenómeno al que el autor otorga gran relevancia para explicar la dinámica de las sociedades actuales. Para ello nos centraremos en su obra *En el enjambre* (Byung Chul Han, 2014) donde el autor ofrece una mirada con ciertos rasgos deterministas y apocalípticos sobre las nuevas tecnologías digitales, en las cuales haya la explicación de la crisis actual.

Palabras clave: Byung Chul Han; revolución digital; mediatización

Abstract: *Byung-Chul Han: about the digital revolution*

An acute and original criticism of contemporary occidental society, enriched by the contributions of broad repertoire of intellectuals, has given the work of South Korean philosopher Byung Chul Han a progressive international relevance. In this paper we will try to get closer to his notions about the "digital revolution", a phenomenon to which the author gives great importance to explain the dynamics of current societies. For this, we will focus on his work In the Swarm (Byung Chul Han, 2014) where the author offers a perspective with certain deterministic and apocalyptic features about the new digital technologies, in which there is the explanation of the current crisis.

Keywords: *Byung Chul Han; digital revolution; mediatization.*

ANTECEDENTES

El prólogo de *En el enjambre* resulta esclarecedor para advertir, desde el inicio, cuál es la postura del filósofo surcoreano frente a la presencia de medios de comunicación en la vida cotidiana. Han nos introduce en la descripción de una sociedad embotada, ciega, sorda y muda que McLuhan elaboró a mediados de la década del sesenta, ante el vertiginoso crecimiento de los medios electrónicos. Algo similar, según su propuesta, ocurre hoy a partir del advenimiento de los medios digitales:

> "Somos programados de nuevo a través de este medio reciente, sin que captemos por entero el cambio radical de paradigma. Cojeamos tras el medio digital, que, por debajo de la decisión consciente, cambia decisivamente nuestra conducta, nuestra percepción, nuestra sensación, nuestro pensamiento, nuestra convivencia. Nos embriagamos hoy con el medio digital, sin que podamos valorar por completo las consecuencias de esta embriaguez. Esta ceguera y la simultánea obnubilación constituyen la crisis actual" (Han, 2014: 6).

La posición que manifiesta el filósofo en las primeras líneas de esta obra resulta contundente. Los medios nos transforman. Programan desde nuestro comportamiento, hasta las maneras en que pensamos, sentimos y percibimos el mundo que nos rodea. Esa transformación no comienza para Han con los medios digitales; sin embargo, es ahora cuando experimentamos un *cambio radical de paradigma.* A su vez, es posible identificar dos rasgos particularmente relevantes acerca dicha transformación. En primer lugar, es inconsciente, tanto en su manifestación como en sus efectos. Además, es negativa. Nos embriaga, enceguece y obnubila. De esta manera, la programación *negativa e inconsciente* que los medios digitales operan sobre los individuos, constituye para Han la esencia de la crisis actual. Podríamos realizar aquí una observación crítica a la postura del autor: si bien veremos un esfuerzo por establecer continuidades entre los diagnósticos realizados en torno a la vinculación entre tecnologías de la información y diferentes procesos sociales con el advenimiento de la revolución digital, Han propone pensar la innovación tecnológica en términos de transformación radical, que por momentos desconoce un proceso de sedimentación de innovaciones. La lectura del autor sobre las transformaciones parece momentos desconocer que ningún cambio, por más radical que se nos presente, parte de un vacío ni sustituye totalmente lo anterior.

Más allá de que el propio Han se refiere al término mediatización con cierto grado de vaguedad -amén de que la imprecisión pueda tener su origen en la traducción- podría ser incluido entre aquellos que se ocupan de este fenómeno, entendiéndolo como proceso mediante el cual las prácticas sociales se transforman por el hecho de que existen medios (Verón, 2001). Desde la perspectiva de Eliseo Verón (2001), la mediatización incluye la transferencia de la totalidad de las prácticas colectivas al universo de los medios; dejando de lado la vida privada,

entendida como el conjunto de campos significantes no mediatizados. La perspectiva de Han no excluye los aspectos privados, sino que se integran como parte fundamental de su análisis. Más adelante volveremos sobre esta idea.

Han no sólo recibe la influencia de McLuhan para describir cómo las tecnologías de la comunicación trastocan nuestro ser en el mundo. El autor encuentra respaldo a sus argumentos, entre otros, en la filosofía de Martin Heidegger, en el pensamiento de Walter Benjamin e incluso en la obra literaria de Franz Kafka. Detengámonos en los paralelismos que el filósofo surcoreano traza entre su propuesta y la de los autores mencionados que llegan al texto para fortalecer la postura de Han antes explicitada.

I

Han señala que, para Heidegger, la mano es *el medio para el ser.* Su esencia, que se manifiesta en el manuscrito, designa la fuente originaria del sentido y la verdad. De esta manera, la mano que escribe se comunica con el ser. Como consecuencia, el advenimiento de la máquina de escribir constituye para Heidegger una atrofia de la mano que nos aleja del ser:

> "La máquina de escribir vela la esencia del escribir y de la escritura. Ella sustrae del hombre el rango esencial de la mano, sin que él experimente debidamente esta sustracción, y reconozca que aquí acaece-propicia ya una transformación de la referencia del ser a la esencia del hombre" (Heidegger, 2005 en Han, 2014: 43)

La transformación que provoca esta nueva tecnología posee el mismo carácter que la que describimos al inicio. Es negativa, al suponer un empobrecimiento en nuestra relación con el ser; y es inconsciente, ya que el hombre no la reconoce debidamente. Han no duda en afirmar que Heidegger condenaría a los aparatos digitales como responsables de una atrofia mayor de la mano; que incluye una atrofia del pensamiento mismo ya que este no es otra cosa que una *mano de obra*.

Este primer enlace teórico nos conduce a una propuesta complementaria. La mano de obra, devenida en tacto, da origen a un nuevo producto, el texto digitalizado, cuya reproducción se repite incesantemente en el enjambre digital. El valor se traslada del producto a su simulacro, colocando a este por encima de la realidad. Esta transformación nos vincula directamente con el análisis de Jean Baudrillard acerca de las diferencias en la circulación de los textos entre las sociedades sagradas y la modernidad, cuyo proceso de democratización de los signos transforma la reproducción de las representaciones simbólicas. El texto digitalizado, que se reproduce incesantemente sustituye la realidad y su producción por el simulacro y la reproducción de una hiperrealidad.

> "En este paso a un espacio cuya curvatura ya no es la de lo real, ni la de la verdad, la era de la simulación se abre, pues, con la liquidación de todos los referentes —peor aún: con su resurrección artificial en los sistemas de signos, material más dúctil que el sentido, en tanto que se ofrece a todos los sistemas de equivalencias, a todas las oposiciones binarias, a toda el álgebra combinatoria. No se trata ya de imitación ni de reiteración, incluso ni de parodia, sino de una suplantación de lo real por los signos de lo real, es decir, de una operación de disuasión de todo proceso real por su doble operativo, máquina de índole reproductiva, programática, impecable, que ofrece todos los signos de lo real y, en cortocircuito, todas sus peripecias. Lo real no tendrá nunca más ocasión de producirse —tal es la función vital del modelo en un sistema de muerte, o, mejor, de resurrección anticipada que no concede posibilidad alguna ni al fenómeno mismo de la muerte. Hiperreal en adelante al abrigo de lo imaginario, y de toda distinción entre lo real y lo imaginario, no dando lugar más que a la recurrencia orbital de modelos y a la generación simulada de diferencias" (Baudrillard, 1978: 7).

II

A propósito de Benjamin, Han recuerda aquel planteo del filósofo alemán sobre las modificaciones que experimenta nuestra percepción a raíz del advenimiento de diferentes dispositivos técnicos. Para ello retoma uno de los argumentos de su ensayo "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica" publicada en 1936. Si bien Han no cita ningún pasaje de aquel escrito, el siguiente fragmento condensa la idea que nuestro autor quiere rescatar:

> "Comparemos el lienzo (pantalla) sobre el que se desarrolla la película con el lienzo en el que se encuentra una pintura. Este último invita a la contemplación; ante él podemos abandonarnos al fluir de nuestras asociaciones de ideas. Y en cambio no podremos hacerlo ante un plano cinematográfico. Apenas lo hemos registrado con los ojos y ya ha cambiado. No es posible fijarlo (...) De hecho, el curso de las asociaciones en la mente de quien contempla las imágenes queda enseguida interrumpido por el cambio de éstas. Y en ello consiste el efecto de choque del cine que, como cualquier otro, pretende ser captado gracias a una presencia de espíritu más intensa" (Benjamin, 1989: 51).

Han rescata la advertencia de Benjamin acerca de un cambio en la percepción a partir de una transformación en los dispositivos técnicos. De la contemplación como actitud de recepción frente a una pintura, pasamos al shock o efecto de choque provocado por el cine. Si bien no podríamos afirmar que Benjamin tiene una mirada apocalíptica respecto del cine, es posible inferir que las transformaciones descriptas tienen un rasgo negativo. La capacidad de crear asociaciones libremente se ve imposibilitada por una fugaz sustitución de imágenes que obstruyen el pensamiento. A propósito de esto, Han redobla la apuesta y sostiene que ni siquiera el shock es suficiente para caracterizar la percepción tras la revolución digital. El efecto de choque del que habla Benjamin es una especie de reacción inmunológica que ya no tiene lugar en un mundo

caracterizado por la totalización del consumo. Un bajo nivel de inmunidad favorece el consumo de información, provocando un embote de informaciones seguido de una serie perturbaciones psíquicas. Como vemos, Han radicaliza los efectos negativos de las transformaciones en la recepción. Parálisis de la capacidad analítica, perturbación de la atención, inquietud general o incapacidad de asumir responsabilidades son algunas de las consecuencias de lo que denomina IFS (Information Fatigue Syndrom).

III

Por último, veamos la referencia a la obra epistolar de Franz Kafka, con la cual Han continúa reforzando su postura; caracterizada por los efectos negativos que las tecnologías de la comunicación imprimen sobre nuestras vidas. En este caso, el autor se remite a las cartas que el novelista dirige a Milena Jesenská. Allí, Kafka manifiesta un radical rechazo a las epístolas, considerándolas como alimento de fantasmas que acechan al hombre. Ante esta amenaza, la humanidad desata una lucha que ya está perdida de antemano.

> "La facilidad de escribir cartas tiene que haber traído al mundo —considerado desde un punto de vista exclusivamente teórico— una terrible perturbación de las almas (...) escribir cartas significa desnudarse ante los fantasmas, cosa que ellos aguardan con avidez. Los besos escritos no llegan a destino, son bebidos por los fantasmas en el camino. Y esa abundante alimentación hace que los fantasmas se multipliquen en forma tan desmesurada. La humanidad lo percibe y lucha contra eso; para eliminar en lo posible todo lo fantasmal que se interpone entre los hombres y para lograr una comunicación natural, para recuperar la paz de las almas, ha inventado el ferrocarril, el automóvil, el aeroplano. Pero ya es tarde; es obvio que esos inventos han surgido en plena caída. La otra parte es mucho más serena y fuerte: después del correo inventó el telégrafo, el teléfono, la telegrafía sin hilo. Los fantasmas no morirán de hambre, pero nosotros sucumbiremos" (Kafka, 2006: 149).

Para Han, fueron los fantasmas de Kafka quienes inventaron Internet, las redes sociales y los smartphones; y no duda en afirmar que el escritor checo "diría que la nueva generación de fantasmas, a saber, los digitales, son más voraces, desvergonzados y ruidosos" (Han, 2014: 59). Las cosas, que antes eran mudas, ahora se comunican automáticamente entre sí, sin ninguna influencia humana, brindando mayor alimento a los fantasmas. Incluso, la comunicación digital no sólo asume rasgos espectrales, sino que también virósicos:

> "La comunicación digital no solo asume forma de espectro, sino también de virus. Es infecciosa porque se produce inmediatamente en el plano emotivo o afectivo. El contagio es una comunicación poshermenéutica, la cual no da propiamente nada a leer o a pensar. No presupone ninguna lectura, que sólo puede acelerarse en medida limitada. Una información o un contenido, aunque sea con muy escasa significación, se difunde velozmente en la red como una epidemia o pandemia. No la grava ningún peso del sentido. Ningún otro medio es

capaz de este contagio a manera de virus. El medio de la escritura es demasiado lento para ello" (Han, 2014: 61).

MEDIATIZACIÓN

Más arriba señalamos que al preocuparse por el vínculo entre las transformaciones sociales y el desarrollo de los medios de comunicación, podríamos incluir el trabajo de Byung-Chul Han entre aquellos que abordan el fenómeno de la mediatización, al menos cuando se refiere a las consecuencias de la *revolución digital*. Si bien puede decirse que este campo problemático aún presenta cierta inestabilidad, pueden distinguirse algunas tendencias para las que el propio trabajo de Han sirve a modo de ejemplificación.

Tras una revisión conceptual acerca de la mediatización, Fernández (2014) sostiene que, como descriptor factual, se la puede entender en dos sentidos: ya sea como proceso o como contexto. La primera variante supone un contraste entre épocas diferentes según las tecnologías y medios de comunicación que le son característicos y según con qué amplitud esos medios se insertan en las condiciones productivas del funcionamiento del sentido en esas sociedades (Fernández, 2014). Esta postura aparece en forma recurrente en Han y en muchos de los autores a los que cita. Como vimos, hay un antes y un después del surgimiento de un nuevo medio de comunicación, ya sea la máquina de escribir, el cine o los medios digitales. La otra variante, complementaria de la primera, supone a la mediatización como contexto de producción de fenómenos específicos. Es decir, el surgimiento y desarrollo de cierto medio de comunicación es considerado como condición productiva de manifestaciones puntuales. El IFS, la atrofia en la amplitud de la mirada, el delirio de optimación, entre otros, son emergentes del advenimiento de la revolución digital.

Más allá de esta ambivalencia, Fernández advierte la presencia de una perspectiva normativa en los estudios sobre mediatización, manifestada a través una axiología negativa que condena a priori los efectos que las instituciones mediáticas provocan sobre las esferas de acción social sometidas a su influjo. Como hemos visto en el prólogo de *En el Enjambre*, la postura de Han podría ubicarse dentro de esta perspectiva. Veamos su postura con relación a la *pérdida de respeto:*

> "*Respeto* significa, literalmente, «mirar hacia atrás». Es un mirar de nuevo. En el contacto respetuoso con los otros nos guardamos del mirar curioso. El respeto presupone una mirada distanciada, un pathos de la distancia. Hoy esa actitud deja paso a una mirada sin distancias, que es típica del espectáculo. El verbo latino spectare, del que toma su raíz la palabra «espectáculo», es un alargar la vista a la manera de un mirón, actitud a la que le falta la consideración distanciada, el respeto (respectare). La distancia distingue el respectare del spectare. Una sociedad sin respeto, sin pathos de la distancia, conduce a la sociedad del escándalo" (Han, 2014: 7).

La caracterización que Han realiza sobre la sociedad actual, implica una transformación negativa con respecto a un estadio anterior. Hemos perdido el contacto respetuoso con los demás para dar lugar a una sociedad del escándalo. La pérdida de la distancia no sólo incluye el deterioro de lo público y una exposición grotesca de lo íntimo; sino que también atenta contra el entendimiento mismo; que requiere de una mirada distanciada. Frente a esto, Han propone una causa que explica esta degradación: la revolución digital.

> "La comunicación digital deshace, en general, las distancias. La destrucción de las distancias espaciales va de la mano con la erosión de las distancias mentales. La medialidad de lo digital es perjudicial para el respeto. Es precisamente la técnica del aislamiento y de la separación, como en el *Ádyton* la que genera veneración y admiración. La falta de distancia conduce a que lo público y lo privado se mezclen. La comunicación digital fomenta esta exposición pornográfica de la intimidad y de la esfera privada. También las redes sociales se muestran como espacios de exposición de lo privado. El medio digital, como tal, privatiza la comunicación, por cuanto desplaza de lo público a lo privado la producción de información" (Han, 2014: 7-8).

REVOLUCIÓN DIGITAL: ¿EL FIN DE LA POLÍTICA?

Para finalizar, vamos a detenernos en la relación que el filósofo surcoreano establece entre revolución digital y política. En primer lugar, Han describe la transformación de las formaciones sociales, en su paso de *masas* -a la manera de Le Bon- a *enjambre digital* o *shitstorms*. Para ello, el autor comienza repasando los principales aspectos del pensamiento del sociólogo francés que definía la modernidad como la "época de las masas". El poder tradicional asistía a su propia caída en manos de la primacía de la *voz del pueblo*. Mediante el control de los sindicatos, las masas capitulan todos los poderes e incluso transgreden las leyes económicas para regir las condiciones laborales y los salarios. La masa emergía como la nueva forma de las relaciones de dominio. Luego, Han nos presenta una nueva transformación, que tiene a la revolución digital como factor causal:

> "Sin duda hoy nos encontramos en una nueva crisis, en una transición crítica, de la cual parece ser responsable otra transformación radical: la revolución digital. De nuevo, una formación de muchos asedia a las relaciones dadas de poder y de dominio. La nueva masa es el enjambre digital. Este muestra propiedades que lo distinguen radicalmente de las formaciones clásicas de los muchos, a saber, de la masa" (Han, 2014: 15).

Al indagar en las características inherentes a este enjambre digital, vemos nuevamente a las tecnologías digitales aparecer como causa de una transformación cualitativamente negativa que acontece la sociedad. El enjambre digital no es masa porque no cuenta con un alma que lo congregue y unifique. No es más que una concentración casual de individuos aislados que no desarrolla ningún *nosotros.* "Medios electrónicos como la radio congregan a hombres, mientras que los medios digitales los aíslan" (Han, 2014). De esta manera no puede

constituirse en un sujeto de acción ni manifestarse en una voz, como era el caso de la masa:

> "En esto el enjambre digital se distingue de la masa clásica, que como la masa de trabajadores, por ejemplo, no es volátil, sino voluntaria, y no constituye masas fugaces, sino formaciones firmes. Con un alma, unida por una ideología, la masa marcha en una dirección. Por causa de la resolución y firmeza voluntaria, es susceptible de un nosotros, de la acción común, que es capaz de atacar las relaciones existentes de dominación. Por primera vez, una masa decidida a la acción común engendra poder. Masa es poder. A los enjambres digitales les falta esta decisión. Ellos no marchan. Se disuelven tan deprisa como han surgido. En virtud de esta fugacidad no desarrollan energías políticas. Las shitstorms tampoco son capaces de cuestionar las dominantes relaciones de poder" (Han, 2014: 18).

Por último, veamos el vínculo que Han establece entre el advenimiento de medios digitales y la crisis de representación política. El autor caracteriza a la comunicación digital como una comunicación sin mediación de intermediarios. Su temporalidad es el presente inmediato. "La instancia intermedia que interviene es eliminada siempre. La mediación y la representación se interpretan como intransigencia e ineficiencia, como congestión del tiempo y de la información" (Han, 2014: 22). En continuidad con su propuesta de transformaciones causadas por la irrupción de las tecnologías digitales, Han diferencia la circulación de la información entre un medio analógico como la radio y medios digitales:

> "Un clásico medio electrónico de las masas como la radio solo admite una comunicación unilateral. En virtud de su estructura anfiteatral, no es posible ninguna interacción. Su irradiación radiactiva, por así decirlo, queda sin reverberación. Irradia en una dirección. Los receptores del mensaje son condenados a la pasividad. La red se diferencia por completo en su topología del anfiteatro, que tiene un centro irradiante. Este centro se manifiesta también como instancia del poder. Hoy ya no somos meros receptores y consumidores pasivos de informaciones, sino emisores y productores activos. Ya no nos basta consumir informaciones pasivamente, sino que queremos producirlas y comunicarlas de manera activa. Somos consumidores y productores a la vez. Esta doble función incrementa enormemente la cantidad de información. El medio digital no solo ofrece ventanas para la visión pasiva, sino también puertas a través de las cuales llevamos fuera las informaciones producidas por nosotros mismos. Windows son ventanas con puertas que, sin espacios ni instancias intermedios, comunican con otras ventanas. A través de las ventanas no miramos a un espacio público, sino a otras ventanas. En eso se distinguen los medios digitales de los medios de masas como la radio o la televisión" (Han, 2014: 22-23).

Para Han, los medios digitales eliminan la mediación de la comunicación, la desmediatizan; poniéndole fin a la época de la representación. La representación cede el paso a la presencia, o a la copresentación. Este fenómeno pone en crisis a la democracia representativa dado que sus representantes, ya no aparecen como

transmisores sino como barreras. La representación funciona como un filtro que, para Han tiene un efecto positivo: selecciona y jerarquiza la información. La desmediatización vuelve superficial y vulgar a la cultura y al lenguaje. Las consecuencias que este fenómeno imprime sobre la comunicación política pueden resumirse en dos: pérdida de la dimensión de futuro y de opiniones disidentes.

> "...significa el final del político en sentido enfático, a saber, de aquel político que se aferra a su propio punto de vista y, en lugar de andar en conformidad con sus electores, se anticipa a ellos con su visión. Desaparece el futuro como tiempo del político. La política como acción estratégica necesita un poder de la información, a saber, una soberanía sobre la producción y distribución de la información. En consecuencia, no puede renunciar por completo a aquellos espacios cerrados en los que se retiene información de manera consciente. La confidencialidad pertenece con necesidad a la comunicación política, es decir, estratégica. Si todo se hace público sin mediación alguna, la política ineludiblemente pierde aliento, actúa a corto plazo y se diluye en pura charlatanería. La transparencia total impone a la comunicación política una temporalidad que hace imposible una planificación lenta, a largo plazo. Ya no es posible dejar que las cosas maduren. El futuro no es la temporalidad de la transparencia. La transparencia está dominada por presencia y presente (…) Bajo el dictado de la transparencia, las opiniones disidentes o las ideas no usuales ni siquiera llegan a verbalizarse. Apenas se osa algo. El imperativo de la transparencia engendra una fuerte coacción y conformismo. Y, lo mismo que la permanente vigilancia a través del vídeo, hace surgir el sentimiento de estar vigilados. Ahí está su efecto panóptico. En definitiva, se llega a una unificación de la comunicación, o a la repetición de lo igual…" (Han, 2014: 24-25)

CONSIDERACIONES FINALES

A modo de cierre dejaremos planteados tres ejes de discusión que surgen de la lectura propuesta a lo largo de este trabajo. En primer lugar, se observa la recurrencia de Han a establecer una relación causal en la cual, lo que él denomina "revolución digital" actúa como fuerza externa o variable independiente, cuya presencia causa determinados efectos que, como hemos visto, suelen ser considerados de carácter negativo. Es posible que la exaltación del poder de influencia de la revolución digital deba ser matizada junto a otros factores que colaboren en la provocación de los efectos que se le atribuyen. Vale la pena preguntarse acerca de que es lo que realmente aportan las nuevas tecnologías digitales que ya no esté inscripto en los procesos de transformación social preexistentes. Podría hablarse aquí de una hibridación entre estos procesos y la innovación tecnológica, lo que nos permitirá no caer en la postulación de esta última como fuerza exterior cuasi omnipotente. Esto nos conduce a un segundo punto de debate. Diferentes lecturas de la obra de Han señalan una visión sobradamente apocalíptica, cuya raíz se encontraría en su herencia frankfurtiana. Roncallo-Dow (2015) plantea que más allá de la distancia temporal que los separa, existe una *nube apocalíptica* presente tanto en los trabajos de

Adorno y Horkheimer y los postulados del filósofo surcoreano que debe ser reinterpretada a la luz del debate en torno a las mutaciones mediáticas; de modo que la reflexión acerca de los medios de comunicación adquiera mayor claridad. La idea de que tras el advenimiento de la revolución digital, la cultura y el lenguaje se hacen más vulgares merece para Roncallo-Dow un llamado de atención. Si las formas de la cultura siempre aparecen ancladas a los modos de darse del entorno técnico, una escisión entre entorno técnico y manifestaciones culturales implicaría negar que lo humano mismo está dado por nuestra condición técnica. Por lo tanto, no hay una relación hombre-técnica que pueda privilegiar concretamente alguno de los dos extremos.

Por último, hemos observado que Han advierte que tras la revolución digital asistimos a una época de *desmediatización*, en el sentido de que los nuevos medios eliminan la mediación tradicional que en la época analógica efectuaban periodistas y políticos; posibilitando que cada individuo produzca y envíe información. Sin embargo, esta idea podría provocar cierta confusión. Al respecto, Scolari (2014) se cuestiona "¿Cómo se puede sostener que Twitter o Facebook no mediatizan la comunicación? ¿Acaso son interfaces neutras que no afectan las formas que asumen los intercambios entre los usuarios? Las plataformas digitales -desde Facebook hasta Amazon- generan un "efecto de desintermediación", cuando en realidad son sus algoritmos los que modelan el consumo y las interacciones de los usuarios" (p. s/p) De esta manera, resulta conveniente hablar de nuevos regímenes semióticos, donde los signos circulan bajo nuevas formas, pero que no pueden pensarse como desmediatizados, sino que nos hallamos frente a nuevas mediaciones.

Las ideas de Han deben ser repensadas a la luz de los aportes del propio McLuhan, cuyas citas dan apertura a la obra que aquí se analiza. El *cambio radical de paradigma* y la consecuente *desmediatización* de la sociedad tras la revolución digital propuestos por Han que a su vez suponen el fin de la política y de la deliberación pública, nos sugiere la necesidad de advertir que, siguiendo al propio McLuhan, las especies mediáticas nuevas conviven con las anteriores, generando asimismo nuevas formas de agonía. El cambio tecnológico no es aditivo sino ecológico. Si añadimos una tinta roja en un vaso de agua, esta se disuelve y colorea cada una de sus moléculas (Postman, 1998). De la misma manera, la emergencia de un nuevo medio no se limita a ser añadido a lo que ya existe, sino que transforma su entorno. Innovación y sedimentación forman parte del mismo movimiento.

En situaciones de cambio social vertiginoso como a la que asistimos, la hipérbole constituye una posición retórica tentadora. Hipérboles negativas, apocalípticas, habitualmente catastróficas suelen ser el eje de análisis intelectuales frente a un mundo que se les presenta inabordable. En el intento de comprender los nuevos escenarios que se configuran tras el advenimiento de nuevas tecnologías digitales, no

debemos dejarnos seducir por posiciones que convalidan el determinismo tecnológico de las prácticas sociales. Ninguna tecnología determina, lineal y mecánicamente sus usos y consecuencias. La historia social de la tecnología demuestra que su inmersión en la sociedad se reserva siempre un importante cúmulo de sorpresas.

REFERENCIAS

BAUDRILLARD, J. (1978). *Cultura y Simulacro*. Barcelona: Kairos

BENJAMIN, W. (1989). *Discursos Interrumpidos I*. Buenos Aires: Taurus.

HAN, B.-C. (2014*). En el enjambre*. Barcelona: Herder.

KAFKA, F. (2006). *Cartas a Milena.* Caracas: Fundación Editorial el perro y la rana.

FERNÁNDEZ, M. (2014). "Sobre la mediatización. Revisión conceptual y propuesta analítica". *La Trama de la Comunicación*. 18 (189-209).

POSTMAN, N. (1998). *Five things we need to know about technological change*. Denver, Colorado.

RONCALLO-DOW, S. (2015). "Muchedumbre, artes y política. Byung-Chul Han y las racionalidades comunicativas contemporáneas". *Palabra Clave,* 18 (2): (305-311).

SCOLARI C. (2014). Byung-Chul Han: ¿Filosofía para Dummies? (II). Recuperado de: https://hipermediaciones.com/2014/12/21/byung-chul-han-filosofia-para-dummies-ii/

VERÓN, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma.

Datos del autor

Facundo Rodríguez es Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Católica de Santa Fe (Argentina). Maestrando en Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Santa Fe (Argentina). Profesor auxiliar de las cátedras *Teoría de la Comunicación* y *Comunicación Humana*, Facultad de Humanidades, UCSF. Docente invitado en Seminario de Semiótica: Tecnologías y Medios, Facultad de Humanidades y Ciencias, UNL. Becario en Iniciación en investigación en proyecto *Las redes sociales como espacio de la política en el siglo XXI. Caracterización del discurso político en las redes sociales de Internet,* SeCyT, UCSF.

REVISTA CHILENA DE SEMIÓTICA
NÚMERO 6
Agosto de 2017 /

[ARTÍCULO]

Semiótica de la cultura digital e interacción pedagógica

María Loreto Lamas
Centro de Perfeccionamiento, Experimentación e Investigaciones Pedagógicas (CPEIP), Ministerio de Educación de Chile
lorelamas@gmail.com

Recibido: enero de 2017
Aceptado: mayo de 2017

Resumen

El saber acumulado de la investigación en semiótica ha demostrado que, en la sociedad actual, la cultura se expresa a través de múltiples soportes que conocemos como *comunicación multimodal.* En el sistema escolar chileno, un objetivo de aprendizaje relevante declarado en la asignatura de lengua y literatura, apunta al desarrollo de competencias comunicativas en este ámbito. Por lo tanto, incorporar las herramientas semióticas de la *cultura digital* en el ámbito pedagógico surge como una necesidad para abordar la interacción pedagógica desde el tratamiento de protocolos perceptivos y cognitivos de los estudiantes, la multiplicidad de significantes de la comunicación multimodal, la comprensión de las *hipermediaciones* y el operar de las interfaces.

Palabras claves: comunicación multimodal; procesamiento cognitivo; interfaces; hipermediaciones; interacción pedagógica.

Abstract: *Semiotics of digital culture and pedagogical interaction*

Knowledge accumulated from research on semiotics has proved that, in the present society, culture is expressed by multiple media known as *multimodal communication.* In the Chilean educational system, a relevant aspect in the subject of *Language and Literature* is the development of communicative skills related to the command, comprehension and interaction of multimodal communication. Therefore, incorporating semiotic tools from *digital culture* into the pedagogical area becomes a need in order to address pedagogical interaction from the treatment of students' perceptual and cognitive protocols, the multiplicity of the signifiers of multimodal communication, and the comprehension of *hyper-mediations* and interface functioning perspectives.

Keywords: multimodal communication; cognitive processing; interfaces; hyper-mediations; interaction pedagogical.

SEMIÓTICA DE LA CULTURA DIGITAL

En el estudio semiótico acerca de los umbrales de la semiótica, el umbral superior para Eco sería el nivel más alto constituido por la cultura, entendido como un fenómeno semiótico de significación y de comunicación, que tiene como principal consecuencia que la humanidad y sociedad existan sólo cuando establecen relaciones de significación y procesos de comunicación; es decir, la semiótica cubre todo el ámbito cultural; por lo tanto, el conjunto de la vida social puede verse como proceso semiótico o como un sistema de sistemas semióticos (Eco, 2000). Por otra parte, Lotman, en su concepción de la semiótica de la cultura, examina la interacción de sistemas semióticos diversamente estructurados, la no-uniformidad interna del espacio semiótico, la necesidad de un poliglotismo cultural y semiótico; destacando la dimensión sistémica y relacional del signo (Lotman, 1989). Para el autor, la totalidad adquiere una enorme relevancia en la construcción de los mensajes, no interesan los signos aislados, el significado se construye desde la composición de los signos en su conjunto, como ocurre en el texto literario, fotográfico, cinematográfico, pictórico y musical. Por ejemplo, en relación a las fronteras del libro, éste se encuentra atrapado en un sistema de referencias a otros libros, otros textos, otras frases: es un nodo dentro de una red (Foucault, 2001).

La cultura digital se genera en medio del creciente predominio de las industrias culturales y de las nuevas tecnologías digitales en la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos que ha impactado fuertemente la comunicación, la relación y el aprendizaje con otros. En este contexto, la socialización de los jóvenes está fuertemente influenciada por el uso tecnológico continuo de los medios masivos de comunicación, en el que conviven las lógicas analógicas con las lógicas digitales, donde el conocimiento fluye de forma abundante, al mismo tiempo que es accesible en todo momento y en todo lugar.

Estos planteamientos teóricos nos ayudan a comprender los procesos de significación presentes en la cultura digital, en la cual las nociones como centro, margen, jerarquía y linealidad son sustituidas por otras como la multilinealidad, nodos, nexos y redes. Por ello, para dialogar con el alumno/a se debe comprender los cambios que se operan en estas nuevas generaciones: en el lenguaje y los nuevos patrones perceptivos y cognitivos de apropiación simbólica del mundo. El texto lingüístico ha perdido hegemonía como único organizador de la cultura, no se puede pretender desarrollar competencias en comunicación desde una perspectiva únicamente lingüística, sin situarnos en el contexto de una *migración digital* que supone también un desarrollo de las tecnologías del conocimiento, esenciales para la formación de la percepción y la comprensión de la realidad (Vilches, 2001). Pues inevitablemente quien no domina hoy día el lenguaje digital, que entendemos como conocimiento del hipertexto, de la

comunicación multimodal, hipermedios y de las formas de navegación por internet, cuyos elementos más relevantes son los índices por asociación o nexos, los trayectos entre dichos nexos o conjuntos de trayectos con los que se construyen un texto abierto, tiene serias dificultades de acceso al conocimiento, al manejo de la complejidad e interacción con otros en espacios virtuales característicos de la cultura digital del siglo XXI.

En la *sociedad del conocimiento* Castells (2002) afirma que Internet "no es una tecnología, sino que es una producción cultural". Desde esta perspectiva no se entiende la comunicación si no es realizada en un espacio abierto que hace que el aprendizaje no termine en el aula, a través del uso comunicativo de una multiplicidad de formatos virtuales de naturaleza espontánea como por ejemplo, las redes sociales (Facebook, Twitter); uso masivo de tecnología digital, cada vez más complejo ; más el aumento de la comunicación individual o grupal a través de iPhone, celulares inteligentes, que coexisten con espacios virtuales institucionalizados, de naturaleza formal, denominadas "aulas virtuales" que las instituciones de educación crean para que sus alumnos/as accedan a contenidos disciplinares desde sus propias plataformas tecnológicas. Sin embargo, más allá de la facilidad en el acceso a la red, la relatividad del tiempo en que permanecen conectados, los contenidos que comparten, el consumo en términos de creación de contenidos colaborativos propios de los usuarios, ha cambiado también el sentido tradicional de la interactividad, de "uno a muchos" a de "muchos a muchos" (Scolari, 2008). No nos sorprende entonces el lugar de privilegio que tiene la comunicación digital en la vida cotidiana; su presencia transforma el modo tradicional de relacionarnos, de generar conocimiento y lograr aprendizajes significativos.

INTERACCIÓN PEDAGÓGICA

En educación, a las taxonomías tradicionales (Anderson & Krathwohl, 2001) se han centrado principalmente en los procesos cognitivos con un orden lógico secuencial de los niveles de pensamiento, dispuestos en orden ascendente el carácter jerárquico de estas taxonomías, ha sido una de sus limitaciones más criticadas, al suponer que cada habilidad superior, necesariamente debe estar compuesta por las habilidades cognitivas que le anteceden en la escala jerárquica. Por otra parte, se observa que los objetivos de aprendizaje se formulan desconectados de la situación de aprendizaje, no se explicitan los desempeños ni la emocionalidad con la que estos se asumen. Estos objetivos se construyen suponiendo una audiencia homogénea; por lo tanto, se evalúa en consecuencia, lo que no permite que lo heterogéneo se manifieste como alternativa a lo correcto.

Siguiendo a Francisco Varela, sabemos que el procesamiento cognitivo opera por conexión de múltiples conjuntos neuronales

(Varela, 1988), su pensamiento rompe con la definición del cognitivismo clásico, que afirmaba que era el cerebro el que procesaba información del mundo exterior y procesaba esta información simbólica en reglas secuenciales aplicadas una por vez, lo que hacía una tarea imposible, atender a gran cantidad de operaciones secuenciales simultáneamente. Por otra parte, cualquier daño en la secuencia perjudicaba gravemente el resultado. Por lo tanto, estos modelos simbólicos no perciben la recursividad, la globalidad, ni la flexibilidad de los organismos vivos. Puede ocurrir que un profesor formado con modelos lógico-simbólicos, deba interactuar pedagógicamente, con un alumno/a formado/a en una cultura digital, que llega a la escuela o colegio con nuevas habilidades de procesamiento cognitivo. Lo que, sin duda, genera una dificultad, pues existe entre ellos una "brecha digital" (Castells, 2002), una distancia entre "emigrante" y "nativo digital" (Marc Prensky, 2001) que afecta la comunicación y la relación entre ambos. Cuando esto sucede la autoridad del profesor es cuestionada por el alumno, por una parte, los contenidos de los temas que enseña están disponibles, circulan libremente en la red y por otra, el dominio que tiene de la tecnología es ampliamente superado por el dominio tecnológico que poseen sus alumnos. Necesita, por lo tanto, adaptarse a esta nueva realidad en el aula.

Esto es más evidente cuando el profesor construye estrategias didácticas para desarrollar las habilidades de comprensión e interpretación de textos multimodales, desde una enseñanza tradicional de la lectura y escritura. Sin embargo, la contribución de las investigaciones semióticas nacionales e internacionales, proporcionan conceptos teóricos y herramientas metodológicas al profesor con las cuáles puede abordar la enseñanza de la comunicación multimodal. Por ejemplo, en análisis del funcionamiento de la comunicación multimodal, identificación de códigos y recursos multimodales aplicados en educación; actualmente académicos/as de Finlandia, Singapur, Inglaterra y Grecia, contribuyen con publicaciones como las siguientes: *Multimodal, multicodal, and multisensorial semiosis*, Posner, Siefkes y Wildefeuer (2014); *Young children accessing multimodal texts: A case study* , Manoli y Papadopoulou (2014:2016) y *A systemic functional multimodal discourse analysis approach to pedagogic discourse*, Lim Fei Victor (2011). En cambio, en nuestro país son relevantes los aportes en semiótica de la navegación por internet y estructura cognitiva, que encontramos en publicaciones como las siguientes: *Navegación por internet: protocolos cognitivos, perceptivos e implicación corporal; Hacia una Semiótica del Consumo Hipertextual y fractal: el caso chileno*; (Del Villar 2010), que hemos citado en párrafos anteriores.

Los resultados de estas investigaciones han caracterizado a los alumnos /as que han nacido en una cultura digital como: capaces de hacer varias cosas distintas al mismo tiempo (multitarea), tomar decisiones rápidas en ambientes complejos, preferir la comunicación visual e hipertextual, navegar en internet de manera autónoma, como si de un texto abierto se tratara, construyendo sus propios trayectos, lo que produce un cambio más profundo en la interacción con otros y con

los medios, lo que evidentemente influye en la interacción, pedagógica, tensionándola. Se produce, en palabras de del Villar (2010):

> "Una ruptura epistémica con los conceptos clásicos de texto cultural cerrado, desarrollando espacios multimediales polidialógicos, ya no es un programa televisivo, un sitio web, un film, un video-juego, entre otros, una referencia autónoma, sino que la referencia cultural es múltiple"[16] (Del Villar, 2010: 6).

Las investigaciones socio-semióticas en tecnología multimedial dan cuenta de una nueva forma de funcionamiento cultural que se manifiesta en los siguientes conceptos forma (Del Villar, 2010: 17):

- *Hipertextualidad:* los textos y la argumentación implicada se construyen a través de link con otros textos, lo que remite a una argumentación paralela que no opera como un relato, sino que como un mapa de navegación que abre vía a múltiples lecturas, según los caminos que escoja el usuario
- *Interface:* se refiere a que las ligazones hacen un desplazamiento del soporte del espacio de la pantalla a otros sistemas de significación, lo que genera el concepto mismo de multimedia o hipermedios.
- *Interacción*: las interacciones es el concepto emergente de que todo texto multimedial plantea una actualización, pues quienes lo diseñan presuponen que lo ocupará el consumidor de una determinada forma.

El investigador señala, a partir de la evidencia empírica que le entregan sus investigaciones de semiótica cognitiva, que el procesamiento de la información no es simbólico- lógica, no se basa en reglas secuenciales, todo el procesamiento intelectivo y perceptivo no está localizado (Varela, 1988). Especialmente interesante nos parece la identificación y diferencia de tres ejes constitutivos del pensamiento: tratamiento paralelo (manejo de la complejidad), redes distribuidas, nivel sub-simbólico.

En la investigación sobre video juegos, se descubren diferencias significativas en la percepción y manejo de la complejidad. Los jugadores de juegos de combate focalizan la mirada solamente en un espacio perceptivo, con movimiento de los ojos horizontales, verticales y oblicuos, por lo que demuestran desarrollar una sola habilidad cognitiva. En cambio, en los juegos de estrategia, miran hacia todos los lados, sin focalizar la mirada en un solo punto, desarrollando un tratamiento paralelo de la información, (manejo de la complejidad). En términos de desplazamiento y contención de la energía, los jugadores de estrategia controlan la energía del cuerpo, los jugadores de combate

[16] Rafael del Villar (2010). Hacia una Semiótica del Consumo Hipertextual y fractal: el caso chileno. *Revista LIS, Letra Imagen Sonido,* Ciudad Mediatizada.Año III-IV, 6-7, Bs As UBACyT.Cs de la Comunicación.FCS-UBA.

no. Estas diferencias cognitivas y perceptivas de los sujetos dan cuenta del desarrollo de competencias que permiten que algunos sujetos puedan moverse con facilidad en entornos complejos; en cambio otros, que tienen un procesamiento simple de la información, no pueden vivir en entornos de alta tecnología.

Otra conceptualización interesante de considerar es el *hipertexto,* siguiendo a Jean-Pierre Balpe (2003) entendemos el hipertexto como un espacio virtual de lectura activa. El texto deja de tener un orden fijo, lineal, secuencial, sino que pasa a ser una reunión de fragmentos relativamente independientes, con lógicas de orden diferentes, que pueden recorrerse y vincularse unos con otros. Los fragmentos permiten lecturas múltiples, desplegadas en un espacio único, la página web. Más aún, el investigador señala, que atrás va quedando el conocimiento basado en certezas, en aproximaciones deterministas, puesto que las teorías que nacen de la física contemporánea (como la Teoría de las catástrofes, Modelización de los fractales, Teoría de la incompletitud, Principio de incertidumbre, entre otras), permiten comprender que el conocimiento no puede ser considerado como un corpus fijo que transmite, sino que debe obligatoriamente integrar la puesta en acto de un conjunto variado de puntos de vista.

Para Balpe (2003), el hipertexto como tentativa para instrumentalizar los conocimientos complejos. Permite:

1.-Considerar un conjunto de conocimiento como un todo.

2.-Considerar ese todo como un sistema, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados en el cual cualquier acción sobre un elemento tiene influencia sobre el conjunto de otros elementos constitutivos.

3.-Tener en cuenta la noción del observador, el punto de vista del observador sobre el conjunto de los conocimientos constituidos.

El lector puede ayudarse del formato de los fragmentos, todos los índices le permitirían orientarse en el infinito de posibilidades combinatorias, pero para Balpe, las señales materiales, visuales no bastan. Es necesario hacer intervenir otro nivel de integración del sentido, de los fragmentos y de las coherencias que los autorizan. El concepto central en la construcción del hipertexto es el trayecto. Para el lector, la importancia del trayecto de navegación está en que éste evidencia la libertad que tiene de elegir su trayecto de lectura que no necesariamente coincide con el propuesto por el autor; por este motivo, el sentido que logra construir siempre es relativo nunca definitivo.

Luego, el docente que emplea sistemas de enseñanza tradicionales basados en el privilegio del tratamiento lingüístico del texto escrito, se distancia de las estrategias y propósitos pedagógicos más pertinentes para desarrollar competencias de comprensión e interpretación de textos de comunicación multimodal, sean estos impresos o digitales, presente y en permanente desarrollo en nuestra cultura.

Por otra parte, la complejidad de la comunicación multimodal depende de las interrelaciones entre diversos modos comunicativos visual, auditivo, audiovisual etc., donde el modo lingüístico es uno más de todos ellos; por esta razón se requiere de habilidades cognitivas diferentes para comprenderla y producirla.

ESTÁNDARES DE LA COMUNICACIÓN MULTIMODAL

Una respuesta en el ámbito educativo nacional para atender esta necesidad son los estándares de comunicación multimodal en lectura y escritura, los que orientan la formación inicial de los profesores de Lengua y Literatura y/o lenguaje y comunicación. Prueba de ello es su presencia como conocimiento, habilidad y actitud plasmada en los Estándares orientadores para carreras de pedagogía en Educación Básica y Educación Media. El Ministerio de Educación de Chile, a partir del 2011, ha publicado libros de estándares Orientadores para carreras de Pedagogía, en varias áreas del currículo con el propósito de orientar a las Instituciones Formadoras de profesores en aquellos conocimientos y habilidades fundamentales, para ejercer un efectivo proceso de enseñanza. En Lenguaje y Comunicación, los *estándares* disciplinarios son coherentes con el enfoque comunicativo del currículum escolar nacional en el desarrollo de competencias comunicativas orales y escritas.

Estos *estándares de Lenguaje y Comunicación* Introducen el concepto de Comunicación Multimodal para dar cuenta que los mensajes se construyen a través de lenguajes integrados, en los que se combinan los modos de comunicación visual, sonora, oral y escrita; a su vez se hacen cargo de la presencia de nuevos modos y soportes de la comunicación que transforman las relaciones sociales, el trabajo y la gestión de las instituciones.

En términos de organización interna, cada estándar se compone de dos dimensiones: una referida al saber de la disciplina para enseñar, que se refiere a los conocimientos disciplinares del currículo escolar (como la comunicación oral, lectura, escritura, comunicación multimodal, literatura y gramática). Y otra referida al "saber enseñar la disciplina", que incluye habilidades y conocimiento pedagógicos (como planificación, enseñanza, evaluación y reflexión pedagógica).

Los estándares de Comunicación Multimodal se incorporan en los ejes temáticos de lectura y escritura en los niveles de educación básica y de educación media, estos son:

Para Educación Básica:

- "Comprende la importancia y sabe cómo promover la comprensión de textos multimodales" (Estándar 4)
- "Sabe cómo iniciar a los alumnos en la producción de textos multimodales" (Estándar 7)

Para Educación Media:

- "Promueve el desarrollo de la lectura comprensiva y crítica de textos multimodales que circulan tanto en el ámbito privado como en el público" (Estándar 3)
- "Sabe conducir el proceso de diseño, producción y comunicación de textos multimodales adecuados a diversas situaciones comunicativas" (Estándar 6)

En esta oportunidad solo nos referiremos a los estándares de lectura multimodal.

Estándares disciplinarios de lenguaje y Comunicación, eje temático lectura:

d) "Comprende la importancia y sabe cómo promover la comprensión de textos multimodales"

e) "Promueve el desarrollo de la lectura comprensiva y crítica de textos multimodales que circulan tanto en el ámbito privado como en el público"

Un profesor que alcanza el primero de estos estándares, que corresponde al nivel de Educación Básica, en su desempeño está en condiciones de demostrar:

d. Capacidad para iniciar a los alumnos y alumnas en lectura interpretativa y crítica de textos multimodales.

e. Conocimiento de las características y modos semióticos (visual, sonoro, escrito y oral) de los textos multimodales, su didáctica y la aproximación que tienen los estudiantes a ellos.

f. Comprende la forma en que la comunicación multimodal es abordada en los documentos curriculares nacionales.

g. Capacidad de diseñar e implementar actividades y unidades de aprendizaje para potenciar la lectura multimodal.

En cambio, un profesor de lenguaje y comunicación que alcanza el segundo de estos estándares, que corresponde al nivel de Educación Media, está en condiciones de demostrar en su desempeño:

- Capacidad para desarrollar habilidades de comprensión crítica de textos multimodales, sean estos del ámbito público o privado.
- Reconocer la importancia de la cultura audiovisual en la actualidad y su influencia en la socialización y aprendizaje de los alumnos y alumnas.
- Considerar el contexto en el cual son utilizados estos textos para su interpretación, pues la comprensión de su sentido está guiada por convenciones sociales e ideológicas.
- Conocer las relaciones que se pueden establecer entre los distintos modos semióticos, identificando el rol de los

componentes afectivos-emocionales en la construcción del mensaje y sus efectos posibles en los destinatarios.

- Distinguir el formato digital o impreso de los textos y comprender que cada uno de ellos posee un potencial de recorrido de lectura diferente.
- Capacidad para aplicar diversas estrategias que favorezcan la construcción individual y colectiva del sentido de los textos multimodales.

La contribución de la semiótica para alcanzar estos desempeños la encontramos en los resultados de las investigaciones sobre comunicación multimodal de (Krees, G & van Leeuwen, 2001), y en investigaciones de socio-semiótica sobre temas como: navegación por internet, semiótica del consumo hipertextual y fractal, video animación que en nuestro país ha realizado permanentemente (Rafael del Villar, 2001:2005). Otra perspectiva teórica relevante la encontramos en Carlos Scolari, quien en su texto *Hipermediaciones (*2008*)*, aporta como conceptos relevantes para un modelo de comunicación emergente, las siguientes caracterizaciones*: Carácter digital,* el paso de manejar analógicamente la información para convertirla en bits; *Hipertextualidad,* la linealidad del texto tradicional se combina con otros textos, a partir de los cuales se pueda acceder a otra información; *Reticularidad* frente al esquema de "uno a muchos", se configura un modelo organizado en forma de red que permite la comunicación de " muchos a muchos"; *Interactividad* frente al receptor pasivo que sólo puede recibir información, surge un receptor activo con capacidad para producir contenidos comunicativos; la *Multimedialidad,* donde confluyen en un mismo soporte informaciones de diferente naturaleza (textos, sonidos, videos), que antes requerían soportes específicos. Pero, C. Scolari, además nos proporciona otra categoría semiótica digital que es fundamental para comprender el *conflicto instrumental* que propone Pascal Marquet (Marquet, 2004), la *interfaz* que debemos entender como dispositivo de interacción (Scolari, 2008).

En el ambiente hipermedial el usuario está obligado a la aceptación, en palabras de Scolari, de un *contrato de interacción* que significa para el usuario entrar en un mundo con su propia gramática, un universo donde estará obligado a manipular ciertos dispositivos y a realizar ciertas operaciones y no otras.

La interfaz es el lugar donde se desenvuelve esta comunicación, el espacio donde los modelos mentales y los simulacros del usuario y el proyectista se actualizan y confrontan (Scolari, 2008). También, como lo señala Del Villar (2006, 2008) *interacciones* es el concepto emergente del hecho que todo texto multimedial plantea una actualización, pues quienes lo diseñan presuponen que lo ocupará el consumidor de una determinada forma, sin embargo, al mismo tiempo sabemos por el desarrollo de las ciencias cognitivas y la semiótica, que el usuario lo ejecutará desde sus propios archivos de mundo. Luego, para que haya

la interacción proyectada, se requiere la correspondencia de la interface del programa educativo con la interface constitutiva del cerebro de los usuarios.

En educación, en palabras de Pascal Marquet (2004, 2012), el *Conflicto Instrumental* se manifiesta en las interferencias entre los objetos didácticos, pedagógicos y técnicos. La noción de instrumento designa con el mismo término objetos simbólicos y objetos materiales.

La perspectiva de análisis de los aprendizajes mediados por la tecnología es socio-constructivista, para Marquet, escoger el instrumento como unidad de análisis de las situaciones de enseñanza-aprendizaje necesita los objetos didácticos; es decir, los objetivos disciplinarios enseñados y los objetivos pedagógicos como los objetos mediadores del saber. Estos objetos adquieren el status de instrumento en el momento en que son instrumentalizados y usados por el profesor y /o el alumno. La interacción pedagógica que se produce permite la construcción del conocimiento, para la cual "la idea de un ser humano relativamente fácil de moldear y dirigir desde el exterior ha sido progresivamente sustituida por la idea de un ser humano que selecciona, asimila, procesa, interpreta y confiere significaciones a los estímulos y configuraciones de estímulos" (Coll, 1991).

El rol del profesor se transforma en facilitador del proceso de aprendizaje del alumno/a guiarlo/a en la construcción autónoma de sus trayectos de aprendizaje. En términos de comunicación ésta se vuelve horizontal y polidialógica (que nos remite a los conceptos de poliglotismo (Lotmann, 1986), polifonía (Bakthin, 1993). La complejidad de la cultura digital influye en la naturaleza de la interacción pedagógica, y a la vez, permite proyectar una forma alternativa de planificación de los procesos de enseñanza-aprendizaje o de comunicación, a partir de nuevas formas de comprensión y uso de tecnologías, entendidas éstas como producción cultural.

CONCLUSIONES

Las investigaciones semióticas revisadas en párrafos anteriores nos proporcionan herramientas metodológicas para la comprensión y el uso de la comunicación multimodal, con ellas el profesor puede mejorar la interacción pedagógica y la efectividad en sus prácticas de enseñanza. Como lectores comprendemos que el texto multimodal es un texto compuesto por distintos modos semióticos que analizados en forma separada responden a sus propias lógicas, pero en un mismo espacio, dotan al texto en su conjunto de una nueva significación. Como también sabemos, estos textos circulan en diversos tipos de soportes e interactuamos constantemente con ellos, por ejemplo, la fotografía tiene su propia significación, pero su sentido cambia, cuando esta fotografía es parte de una portada periodística o de aviso publicitario, sea impreso o audiovisual.

Son soportes de comunicación multimodal con los cuáles el profesor puede promover la comprensión de este tipo de texto en sus

alumnos/as, desde los primeros años de escolaridad, a través del uso de recursos, como los libros ilustrados, el texto publicitario, artículos de prensa, páginas web, video juegos, entre otros. En todos ellos, interactúan diversos modos semióticos dotando al texto de una significación compleja, como resultado de estructuras textuales no secuenciales del hipertexto, la convergencia de los medios, el lenguaje multimedial, la interacción con los dispositivos tecnológicos, y la interfaz real de los usuarios.

El libro álbum es un texto multimodal atractivo para los niños de enseñanza básica, su formato es conocido para ellos, por lo tanto, muy pertinente para aproximarnos al estándar "comprende la importancia y sabe cómo promover la comprensión de textos multimodales", pues, junto a la importancia de la argumentación visual que interactúa con el lenguaje escrito, generalmente tiene una muy buena factura en términos de impresión gráfica. La construcción de trayectos de lectura autónoma, el aprendizaje colaborativo, la preferencia por los formatos visuales del alumno, entre otras características, produce cambios importantes en la interacción pedagógica. Para ello, el/la profesor/a debe evaluar adaptarse, transformarse en mediador de los aprendizajes fomentando los espacios de participación y colaboración de los alumnos en base multitareas, actividades, y experiencias.

REFERENCIAS

ANDERSON, L.W. & Krathwohl, D.R., et al (2001). *A taxonomy for learning, teaching and assessing: A revision of Bloom's taxonomy of educational objectives*. New York: Longman.

BAKTHIN, M. (1993) *¿Qué es el lenguaje?* En Silvestri, A. y Blanck. G. Bakthin y Vigotski: La organización semiótica de la conciencia. Barcelona: Ed. Anthropos.

BALPE, J. P. (2003) "Hipertextualizaciones". *Comunicación y Medios* Nº 14. pp. 139-147.

CASTELLS, M (2001). *La Galaxia Internet*. Barcelona, Plaza y Janés.

_____ (2002). *La Era de la Información.* Vol. I: La Sociedad Red. México, Distrito Federal: Siglo XXI Editores.

COLL, C. (1991). *Aprendizaje escolar y construcción del conocimiento*. México: Ed. Paidós.

DEL VILLAR, R. (2001). "Información pulsional y teoría de los códigos". *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.* Universidad Nacional de Jujuy Nº 17. pp. 125-147.

_____ (2005). "Nuevas tecnologías digitales, sistemas cognitivos y construcción de identidades". *DeSignis* Nº 5. pp. 127-130.

_____ (2010). "Hacia una Semiótica del Consumo Hipertextual y fractal: el caso chileno" *Revista LIS-Letra Imagen Sonido-Ciudad Mediatizada* Año III-IV N° 6-7. Bs As UBA C y T. Cs de la Comunicación. FCS-UBA.

_____ (2010). "Navegación por internet: protocolos cognitivos, perceptivos e implicación corporal", *Comunicación y Medios* n.22 ISSN 0719-1529. pp. 16-29. Instituto de la Comunicación e Imagen. Universidad de Chile.

ECO, U. (2000). *Tratado de Semiótica General*. Barcelona: Lumen.

FOUCAULT, M. (2000). *Arqueología del Saber,* Barcelona: Siglo XXI.

GOBIERNO DE CHILE, Ministerio de Educación (2012). *Estándares Orientadores para carreras de pedagogía en Educación Básica*, segunda edición, agosto.

_____ (2012*). Estándares Orientadores para carreras de pedagogía en Educación Media*, primera edición, mayo.

KRESS, G. y Van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*. Londres: Arnold.

LIM FEI, V. (2011). *A Systemic Functional Multimodal Discourse Analysis Approach to Pedagogic Discourse,* Thesis doctor of philosophy, Singapore, National University of Singapore.

LOTMANN, I. (1998). *La Semiosfera II Semiótica de la Cultura y del Texto, de la conducta y del espacio.* Valencia: Universitat de Valencia.

MANOLI, P. & Papadopoulou, M. (2016). *Young children accessing multimodal texts: A case study. In the Proceedings of the 12th World Congress of Semiotic.* Recuperado de: http://www.iass-ais.org/proceedings2014/view_lesson.php?id=178

MARQUET, P. (2004). *Informatique et enseignement: progres ou evolution*. Ed. Mardaga, Sptimont.

_____ (2012). Elearning et conflit instrumental: entre didactique,pédagogie et technique. *Recherche et formation*, 68, 31-46 (Revues.org).

POSNER, Siefkes y Wildefeuer (2014). Multimodal, multicodal, and multisensorial semiosis recuperado de: http://siefkes.de/dokumente/CfP_Multimodality_Semio2014_Sofia.pdf

PRENSKY, M. (2001). "Digital Natives; digital inmigrants". *On the Horizon 9 (5),* MCB University Press.

SCOLARI, C. (2004). *Hacer Clic: hacia una socio-semiótica de las interacciones digitales.* Barcelona: Gedisa,

_____ (2008) *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.

VILCHES, L. (2001). *La migración digital.* Barcelona: Gedisa.

VARELA, F. (1988). *Connaître:* Les Sciences Cognitives, tendances et perspectives. París. Editions du Seuil, En español (1996) *Conocer: Las Ciencias Cognitivas, tendencias y perspectivas.* Barcelona: Gedisa

_____ (2000). *El Fenómeno de la vida*. Santiago: Dolmen.

Datos de la autora:

María Loreto Lamas Barrientos es Profesora de español y Magíster en artes con mención en Literaturas Hispánicas de la Universidad de Concepción, Diplomada en Comunicación Corporativa de la Pontificia Universidad Católica de Chile y Diplomada en Habilidades docentes del Instituto Tecnológico de Monterrey, México. Actualmente, trabaja en el Área de Formación Inicial Docente del Centro de Perfeccionamiento, experimentación e investigaciones pedagógicas CPEIP, del Ministerio de Educación de Chile.

asociación chilena de semiótica

[ARTÍCULO]

La representación del enemigo en el cine bélico. Una comparación entre *Casualities of War* y *Redacted* de Brian de Palma

Cristina Voto
Universidad de Buenos Aires / Universidad Nacional de Tres de Febrero
crivoto@gmail.com

Recibido: febrero de 2017
Aceptado: junio de 2017

Resumen

Este trabajo aborda el estatuto de la imagen cinematográfica cuando es interpelada acerca de la construcción de la otredad. Se toma el caso emblemático del cine bélico, género que, por la naturaleza conflictiva de su narración, actualiza la mirada del sujeto dando vida, al mismo tiempo, a la mirada sobre la otredad. Se analizan dos películas dirigidas por el mismo director, Brian de Palma, y que narran de la ocupación militar estadounidense en Vietnam y en Irak. Ellas son *Casualities of War* (1989) y *Redacted* (2007). A partir de la comparación enunciativa entre ciertas secuencias de las dos películas, se entreabre un espacio para una mirada indócil con la que sondear las posibilidades del dispositivo cinematográfico en tanto dispositivo constructor de identidades.

Palabras clave: Campo/contracampo; enunciación fílmica; otredad; semiótica del cine.

Abstract: *The representation of the enemy in war films. A comparison between* Casualties of War *and* Redacted *by Brian de Palma*

This work deals with the statute of the cinematographic image when it is questioned about the construction of otherness. The emblematic case of the war film is taken, a genre that, due to the conflictive nature of its narrative, updates the subject's gaze, giving life, at the same time, a look at otherness. We analyze two films directed by the same director, Brian de Palma, and which narrate about the US military occupation in Vietnam and in Iraq. These are *Casualties of War* (1989) and *Redacted* (2007). From the enunciative comparison between certain sequences of the two films, a space is opened for an indocile look with which to probe the possibilities of the cinematographic device as an identity-building device.

Keywords: Field/counterfield; film enunciation; otherness; semiotics of cinema.

EL ORIGEN DE LA ENUNCIACIÓN Y EL ORIGEN DEL ARTE

Se entiende por enunciación cinematográfica el acto de dejar impresas en las películas ciertas huellas de significación respecto del origen y el destino del texto, es decir, la transformación de la virtualidad del cine en discurso cinematográfico. En el texto cinematográfico siempre hay algo que atestigua la presencia de un punto de vista (Casetti, 1986) y, del lado de su construcción, son enunciador y enunciatario quienes marcan la fuente de la enunciación. De hecho, y como refieren las palabras de Marta Zátonyi: "¿cómo puede el cine narrar historias sin elegir un ángulo particular para la cámara, sin un enfoque propio, determinado por la realidad interior y exterior de su creador?" (Zátonyi, 2002: 58). Reconocer en las películas *Casualities of War* (1989) y *Redacted* (2007) ese "ángulo particular" a partir de un análisis de la enunciación, permitirá construir un lugar de significación donde entender los componentes semióticos que subyacen a la representación del enemigo en el cine bélico. Estos dos ejemplos del género se basan en hechos reales y narran un mismo incidente –casos de violaciones durante la ocupación militar estadounidense en Asia y Medio-Oriente– y son, además, dirigidos por el mismo director, Brian de Palma, con veinte años de distancia.

"Yo", afirma Mijaíl Bajtín, "existo para otro y con la ayuda del otro" (1979: 130) en el sentido de que "sólo al revelarme ante el otro, por medio del otro y con la ayuda del otro, tomo conciencia de mí mismo, me convierto en mí mismo" (1979: 140). Si quisiéramos traducir las palabras de Bajtín al lenguaje cinematográfico, podríamos decir que la irrupción de la otredad en el texto cinematográfico siempre implica un giro, un desplazamiento en la enunciación con el que deviene posible reproducir la identidad. Por ello, si todo signo es ideológico, la identidad también –junto con sus polos dialécticos de mismidad y otredad– será ideológicamente engendrada por las huellas que las operaciones discursivas inscriben durante las prácticas sociales (Verón, 1996). En este mismo sentido, Paul Ricoeur escribía que la mismidad: "se hace por medio de un proceso paralelo a la adquisición de una costumbre, a saber, por la interiorización que anula al efecto inicial de alteridad" (Ricoeur, 1990: 117). Si se buscara sintetizar todas estas posiciones, podría afirmarse que la identidad es aquel constructo semiótico que oscila entre mismidad y otredad. Por ello, al querer rastrear las marcas enunciativas de la otredad en el discurso cinematográfico, será necesario dar cuenta de las también estrategias fílmicas que sirven para la designación del yo y a través de ellas, se podrá reflexionar acerca del cine como dispositivo reproductor de identidad y alteridad.

Para la puesta a prueba de estas premisas, se analizan las secuencias iniciales de *Casualities of War* y *Redacted.* Los primeros

minutos de las películas con frecuencia proponen indicios que posteriormente se desarrollan a lo largo de toda su extensión. Las dos películas, a pesar de los casi veinte años que las separan, empiezan de la misma manera: un intertítulo que inmediatamente pone en relación discurso cinematográfico y narrativa de los sucesos y que, de esta manera, mapea una primera relación entre enunciador y enunciatario.

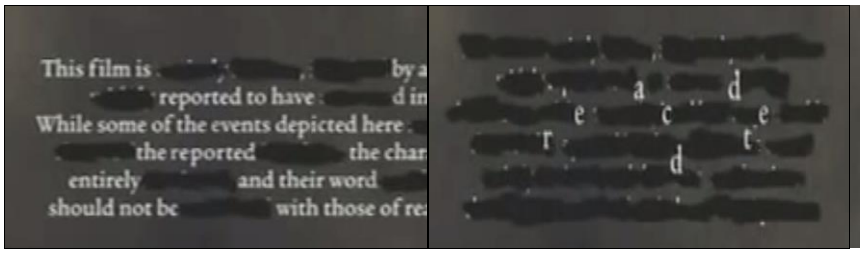
Con el siguiente texto empieza *Casualities of War* (Fig. 1):

> "Esta película está basada en un incidente real que ocurrió durante la Guerra de Vietnam. Fue denunciado por primera vez por Daniel Lang en el *New Yorker Magazine* en 1969".

Figura 1

Mientras que en *Redacted* el intertítulo no sólo describe la situación enunciativa, sino que, además, toma forma y se anima gráficamente (Fig. 2 y 3):

> "Esta película es ficción, inspirada por un incidente ampliamente denunciado que ocurrió en Irak. Aunque algunos acontecimientos pueden asemejarse a los del incidente denunciado, los personajes son totalmente ficticios y sus palabras y acciones no deben confundirse con las de las personas reales. *Redacted* documenta visualmente eventos imaginados antes, durante y después de una violación y muerte en el 2006 en Samarra".



Figuras 2 y 3

Los dos enunciados, con su dimensión plástico-formal, marcan las mismas categorías sobre las que se instala nuestra hipótesis: si una puesta transparente de la otredad implica una trasparencia de mismidad, un discurso hiper-objetivizante sobre la realidad implica una pulverización de la mirada.

Al analizar más detenidamente la dimensión enunciativa, si en el caso de *Casualities of War* el enunciador se legitima por medio de un saber, en *Redacted* el enunciador encuentra su legitimación gracias a la amplitud de ese saber. Por ello, mientras la película sobre Vietnam engendra su forma desde el periodismo de investigación, *Redacted* es presentada como un documento visual de ficción. Sin lugar a dudas, en los dos casos, se trata de una operación de re-escritura por parte del autor, la cual pasa a través de una apropiación del relato para, luego, encontrar una forma novedosa de enunciación. Como afirma Zátonyi:

> "No existe nada fuera del sujeto que ve, sujeto que piensa, sujeto que siente, sujeto que nombra. La obra de arte que nunca fue vista o nunca fue escuchada, o sea, nunca fue percibida por nadie, tiene su potencialidad para convertirse en arte, pero en estas condiciones, con estas carencias, sigue siendo cosa en-sí, y será cosa para-nosotros, si el sujeto la toma" (Zátonyi, 2002: 234).

Brian de Palma parece ser muy consciente de su estatuto de sujeto que piensa, siente y nombra, construyendo un lugar de enunciación preciso desde el cual entender el caos de los acontecimientos y, luego, interrogarse sobre las calidades del dispositivo empleado. Ya desde los primeros segundos, la pregunta acerca de la fuente de la enunciación engendra una precisa elección estilística y matérica: delante del testimonio periodístico habrá una cierta puesta en escena que diferirá totalmente de la amplitud de difusión del documento visual de ficción.

La inquietud por la naturaleza enunciativa y por el origen de la obra pueden colocarse dentro de una cuestión de vital importancia para la reflexión estética del siglo XX, como escribe Martin Heidegger en *El origen de la obra de arte*:

> "Origen significa aquí aquello a partir de donde y por lo que una cosa es lo que es y tal como es. Qué es algo y cómo es, es lo que llamamos su esencia. El origen de algo es la fuente de su esencia. La pregunta por el origen de la obra de arte pregunta por la fuente de su esencia" (Heidegger, 1935: 7).

El objetivo del escrito de Heidegger es reformular el problema de la verdad en el arte, anunciando aquí uno de los tópicos básicos de toda su sucesiva reflexión: la concepción del ser como evento. La búsqueda por la esencia de la obra de arte lleva al filósofo a considerarla como un *unicum* en su materialidad y manejabilidad. Cuando se acerca a un cuadro de Vincent van Gogh, que representa un par de botas de campesino, Heidegger afirma:

> "Ha sido la obra de arte la que nos ha hecho saber lo que es de verdad un zapato. Si pretendiéramos que ha sido nuestra descripción, como quehacer subjetivo, la que ha pintado todo eso y luego lo ha introducido en la obra, estaríamos engañándonos a nosotros mismos de la peor de las maneras. Si hay algo cuestionable en todo esto será únicamente el hecho de que hayamos aprendido tan poco en la proximidad a la obra y que lo hayamos expresado de manera tan

burda e inmediata. Pero en todo caso, la obra no ha servido únicamente para ilustrar mejor lo que es un utensilio, tal como podría parecer en un principio. Por el contrario, el ser-utensilio del utensilio sólo llega propiamente a la presencia a través de la obra y sólo en ella" (Heidegger, 1935: 28).

O sea que en virtud de la obra de arte, las cosas se muestran a la luz de su ser y es por esta razón que el arte tiene que ver con la verdad. La obra de arte no debe ser entendida cual imagen-copia subordinada a un modelo, sino como imagen capaz de manifestar la presencia de aquello que representa y, en efecto, una obra sólo es efectivamente real como obra, afirma Heidegger (1935), cuando permite desprendernos de nuestros hábitos y dejarnos entrar en aquellos abiertos por la obra. Volviendo al caso en análisis, puede afirmarse que, en ambas películas, el enunciador busca opacar (Xavier, 1977) el discurso sobre el origen de los eventos, es decir que, durante el intertítulo, la intencionalidad de habilitar nuevos hábitos respecto de los sucesos que se dispone a contar es manifiesta. Esta búsqueda hace que los eventos narrados formen un todo continuo con la propuesta enunciativa, porque, como nos recuerda Heidegger (1935), el arte se construye por medio de una acción que siempre es situada en un contexto.

EL DISPOSITIVO CINEMATOGRÁFICO

Contemporánea a la obra de Heidegger es aquella de Walter Benjamin, quien, a lo largo de sus escritos, se pregunta insistentemente por el estatuto ético y estético del arte y, en particular, del arte cinematográfico. La reflexión de Benjamin sobre el cine (1936) presenta unos cuantos puntos en común con la de Heidegger sobre el arte. Uno de ellos es considerar a la obra como puro evento ya que no tiene ninguna propensión hacia la trascendencia. Es aquello que Benjamin llama "la caída del aura", consecuencia de la misma reproducibilidad que el siglo XX favoreció en la producción humana: una declinación del aspecto contemplativo del arte hacia una nueva vía que el autor indica en la exhibición. Es el reconocimiento de este nuevo rasgo que lleva a Benjamin a individuar una doble perspectiva de análisis para el cine, en razón de su reproductibilidad:

- Una primera perspectiva estética, en la cual el valor exhibitivo de la reproductibilidad se traduce en una democratización de la obra como medio de emancipación de las masas; y
- Una perspectiva política, que implica que esa misma reproductibilidad exhibitiva pueda ser estudiada, anticipada y utilizada por la política.

Esta doble vertiente de la materia cinematográfica, a la vez estética y política, logra una dialéctica con la que desvincular el cine de las tentativas de domesticación discursiva. Una vez activada su reproductibilidad estética y política, el cine puede re-mirar del otro lado de lo diegético, complicando el juego de las enunciaciones, y dando

vida a un circuito vivo de relaciones discursivas. En este sentido, y parafraseando a Oscar Traversa (2014), puede decirse que en el dispositivo cinematográfico la dialéctica del campo y contracampo, en el desarrollo de los planos, habilita una mirada indócil con la que re-mirar del otro lado de lo diegético. El dispositivo, en tanto espacio de sentido, gestiona el contacto y activa un condensado de técnicas y estéticas según una cierta regla. Esta regla puede pensarse en los términos del género, en tanto configuración de la memoria de un gusto y de cierto goce (Traversa, 1984). En este sentido, pensar el movimiento dialéctico que subyace en la construcción del campo y el contracampo, en tanto forma genérica de las dos películas, nos habla de cierta gestión dialógica que subsiste entre sujetos enunciativos y narrativos, construyendo y entretejiendo la otredad ahí mismo donde se crea la mismidad.

En razón de esta batería de conceptos, pensar en cómo se construyó la figura del enemigo en *Casualities of War* y *Redacted* implica pensar, antes que nada, en cómo cada película construye su dimensión enunciativa a partir de la puesta en cuadro de la otredad. Además, implica razonar sobre el origen de los eventos narrados porque, como busca demostrar el análisis que sigue, en el caso del evento ocurrido en Irak, evento ampliamente conocido gracias a la difusión de la comunicación digital, la falta de la otredad será absolutamente simbólica. Contrariamente a una idea recurrente acerca de los medios de comunicación contemporáneos, el resultado de la actual multiplicación de los puntos de vista mediáticos no conllevaría una desaparición de la realidad que se presume como objetiva sino, más bien, la desaparición de la misma subjetividad. Casi como en la novela de George Orwell *1984* cuando Winston Smith al dudar sobre la existencia del Gran Hermano recibe la siguiente contestación: "¡Tù no existes!".

CASUALITIES OF WAR, ¡BIENVENIDOS A CASA!

Interior de un metro. Desde un plano medio fijo, que tiene por su proxémica, la semejanza con un encuadre subjetivo, recibimos aquellas informaciones que nos sirven para ubicar temporal y espacialmente la enunciación: hay un periódico que anuncia la dimisión del presidente estadounidense Richard Nixon y una pronunciada multiculturalidad en el vagón. Es el año 1974, la Guerra de Vietnam se acerca a su fin y los estadounidenses, a reubicarse en cuestiones de política interna (Fig. 4).

Figura 4

Parada. Suben muchos pasajeros y, entre ellos, una joven estudiante de origen asiático. A partir de un encuadre de la joven, la cámara se anima, se aleja de ella y avanza hacia un joven que se encuentra durmiendo en el lado opuesto del vagón. En ese momento, se entiende que no era un plano subjetivo aquello que abría la secuencia, pero tampoco puede considerarse como una puesta objetual del interior del metro. A favor de esta hipótesis puede observarse que el movimiento de la cámara, gracias al empleo de un steadycam, está demasiado incorporado para habilitar una dimensión objetiva de la enunciación. La camera atraviesa el vagón, superando los obstáculos que encuentra en su camino para finalmente brindar su objetivo final, el encuadre del joven, quien sólo entonces se despierta, como si la cámara desvelara su sueño. Una vez levantada la mirada, un plano subjetivo nos informa que el hombre registra a la mujer, un campo y contracampo donde el esquema dialéctico de la otredad y mismidad es presentado en todos sus aspectos: masculino-femenino, Estados Unidos-Vietnam, occidente-oriente. Si se recuperan las reflexiones hechas en los apartados anteriores, puede concluirse que en estos primeros segundos ya se intuye, de una manera tanto formal como simbólica, el esquema enunciativo que sustenta toda la película: se presentan a la subjetividad y a la otredad junto con el vínculo que las une, es decir en la secuencia en cuestión, aquel movimiento incorporado de la cámara que va a despertar al protagonista para que participe de la acción fílmica.

En esta secuencia inicial hay otro elemento a subrayar: cuando la joven asiática es encuadrada, la imagen muestra una profundidad de campo que no sólo añade realismo al cuadro, sino que marca su singularidad. La banda sonora, además, aumenta de intensidad, hasta que la cámara vuelve, siempre por medio de su movimiento sinuoso, a superar todos los obstáculos que encuentra en el camino, para encuadrar una segunda vez al joven, ahora claramente turbado al mirar a la mujer (Fig. 5 y 6).

Figuras 5 y 6

¿Qué relación enunciativa se ha construido en estos pocos segundos? ¿Quién es el sujeto y quién es la otredad? El intertítulo inicial nos había informado que se iba a hablar de la Guerra de Vietnam pero, mirando detenidamente, parece que el objetivo del director en estos primeros planos es mezclar la retórica bélica para minar, desde adentro, el estereotipo del género: no hay valientes soldados, sino soñadores turbados; no hay gloria ni campos de batalla sino la normalidad urbana, y tampoco hay enemigos, sino jóvenes estudiantes. Pero sí hay algo: un movimiento de cámara cuyo rasgo incorporado une las oposiciones enunciativas del campo y contracampo, un movimiento que podríamos definir indócil y que funciona como destello de la enunciación.

Fundido, cambio de espacio y tiempo. Se pasa a Vietnam y el corazón de aquellos eventos que han hecho de la historia en la pantalla un incidente histórico y social. Una vez en Vietnam, la guerra deviene palpable: jungla, soldados que se arrastran en cuatro patas y morteros enemigos. De hecho, los disparos que avanzan hacia los soldados estadounidenses son la primera representación de los vietnamitas, como en cualquier película de guerra. Pero, justo cuando los rasgos de género se hacen más reconocibles algo sucede: los disparos siguen y el protagonista, en su fuga, cae en la mitad en una de las galerías subterráneas construidas por los vietcongs (Fig. 7 y 8).

Figuras 7 y 8

¿Qué significa caer en la mitad? Además, ¿cómo es representado este pasaje desde un mundo hacia el otro? Arriba, en la superficie, se muestra a los estadounidenses y abajo están los enemigos. Esta específica repartición del mundo en la pantalla no implica tanto la valorización morfosintáctica de arriba=buenos *versus* abajo=malos; cuanto, más bien, una valorización plástica del enunciado fílmico.

Cuando el soldado Max Eriksson es inmovilizado entre los dos espacios, un movimiento continuo de la cámara nos invita desde la superficie hacia el interior de la galería, como si la tierra fuera repartida perpendicularmente. La continuidad del plano que termina, después de un recorrido dentro del túnel, con la visión de los vietcong, crea un vínculo muy fuerte entre los dos universos: aquello que sucede arriba está en continuidad con lo de abajo, y viceversa. Cuando es desde abajo que empieza el movimiento de la cámara, es importante la impresión de que pueda ocurrir algo arriba y, al aparecer un plano de un vietcong con cuchillo en la boca en aquel espacio tan claustrofóbicamente rojo, sigue una sensación de liberación cundo descubrimos que el protagonista está vivo.

Eriksson es liberado por sus compañeros, sigue el combate y los disparos aumentan en ambos lados. La secuencia, con un ritmo ascendente, termina con el asesinato del vietcong quien cae, ahora sí, en el infierno. Corte y escena de vida cotidiana en la base estadounidense en Vietnam.

A lo largo de esta primera secuencia puede notarse cómo la enunciación, gracias a la dimensión incorporada del movimiento de cámara, sale de los límites binarios de la representación genérica de los personajes para dar cuerpo a una subjetividad tanto del protagonista como del antagonista. Los dos constructos de la identidad comparten en pantalla un punto de subjetivación común, aquel del movimiento de la cámara, desde el cual desarrollar sus propios discursos.

REDACTED, ¡BIENVENIDOS AL HORNO!

Panorámica descendente que encuadra aquello que el narrador denomina "la casa lejos de casa", es decir, la base militar de Camp Carolina en Irak (Fig. 9). Si en la primera película es fuerte la voluntad de colocar al relato dentro de una dimensión cotidiana y occidental, casi dejando que el cuento cinematográfico nos envuelva de a poco; *Redacted* nos coloca directamente en el escenario genérico. Una ambientación remota, pero presentada desde el punto de vista, interno e íntimo, del soldado Angel Salazar y su personal cámara de video.

Figura 9

Encuadre de la voz narrante: el soldado que, delante de un espejo, se muestra a su videocámara. Hay otros soldados con cámaras de video, pero la enunciación sigue con el recorte audiovisual de Salazar. No hay contracampo y, casi puede decirse, ni hay campo: hay un registro (Fig. 10 y 11). Durante ese registro, otro soldado, Lawyer McCoy, nos informa acerca del estado de las cosas: en Samarra, la primera víctima de la guerra es la verdad. En esta misma perspectiva, el intertítulo inicial, junto con su animación gráfica, daban cuerpo a la operación de re-escritura (*Re-dacted*) que la película relata: una investigación acerca de la reversibilidad de la instancia enunciativa.

Figura 10

Durante la primera secuencia de *Redacted*, se muestra un posible testimonio de los eventos ocurridos en la ciudad de Samarra, como los que se han vuelto ampliamente difundidos en el mundo extra-fílmico. Como si fuera un particular caso de metraje encontrado, la película pone en escena los gestos y las palabras de los soldados: fue buscando en los blogs y en los sitios web de los mismos militares que Brian de Palma pudo encontrar el material necesario para el desarrollo del proyecto *Redacted.* Extractos de internet, videos de YouTube, fragmentos de documentales y servicios de noticieros han servido de base para el armado de la película.

Figura 11

La película habilita de esta forma una realidad líquida y digital donde no existe posibilidad de subjetivación. Esto se observa en las marcas que dejan las distintas instancias enunciativas que se van actualizando en el caos de la materia audiovisual construyendo la película. Encontramos fundidos, títulos y, en el final, una serie fotográfica que parece invocar la participación de la enunciación cinematográfica. De hecho, si se quisiera indicar una inquietud que mueve *Redacted*, esta podría pensarse de la siguiente manera: ¿qué sucede con la realidad cuándo su percepción está hecha, sobre todo, a través de imágenes mediáticas? Y para resistir frente a esta situación, ¿no hay, quizás, que producir una imagen-otra, diferente, interviniendo directamente el flujo mediático?

Si se piensa rápidamente en las guerras que han ocurrido en todo occidente, los conflictos siempre se vivieron como testimonios, relatos, enunciados. Así fue en el pasado más remoto como en el caso de los relatos de Julio César o las *chansons de geste* medieval. Lo mismo ocurrió en las guerras del siglo XX, conflicto en Vietnam incluido. Sin embargo, es con la difusión de los medios de comunicación de masas que algo muta profundamente. A partir de la Guerra del Golfo hubo una fuerte espectacularización del evento bélico: este es el primer conflicto verdaderamente mediático que dio lugar, por primera vez, a la fascinación por la presencia en directo de los relatos. Gracias a la difusión de los periodistas incorporados, es decir, periodistas asignados a una unidad militar, que realizan sus crónicas en el frente junto a las tropas, la guerra encuentra nuevas matices narrativas. Como refiere Paul Virilio (2000) a partir de la Guerra del Golfo empieza a establecerse un predominio de lo perceptivo en el discurso mediático acerca de la guerra. La construcción de las instancias narrativas del conflicto era en tiempo real, y difundida por medio de instantáneas. Más allá de la independencia de las fuentes, en ese conflicto ganó, mediáticamente hablando, quien puedo recolectar y redactar más rápidamente noticias e imágenes.

La construcción enunciativa de *Redacted* reflexiona sobre esta novedosa posibilidad perceptiva del relato bélico. Si por un lado, la fuerza del evento convoca a sus participantes como testimonios en primera persona, por el otro, la posibilidad de participación del universo mediático pareciera sugerir que no existe otra solución que organizarse y armarse de las mismas herramientas de divulgación digital para transmitir en vivo y en directo.

El film sigue mostrando la vida de la tropa desde el punto de vista de un documental de ficción francés, unas entrevistas en noticieros y foros en las páginas web. Pocas son las secuencias de guerra, típicas del género y, sobretodo, nunca se encuadra al enemigo, siempre suponiendo que haya un enemigo. La única representación de la otredad que hay en la película es la interfaz de una plataforma de internet donde un video, primero, muestra la colocación furtiva de una mina y, luego, su explosión. A esta secuencia, sigue una grabación de circuito cerrado interna al campo base de los Marines (Fig. 12 y 13). ¿Quién mira a quién?

Figuras 12 y 13

La pulverización de la mirada y la proliferación de los puntos de vista que habilita la comunicación digital parecerían conllevar una hiperobjetivación de la realidad por medio de una presunta transparencia. Sin embargo, la construcción enunciativa de los planos nos muestra que a una otredad inexistente no puede más que seguir una subjetividad inexistente. La ideología de la transparencia, incorporada tanto por el sitio web como por la grabación del circuito cerrado de vigilancia, contribuye a la construcción de miradas funcionales a los dispositivos impuestos por la razón bélica. Por ello, la enunciación en *Redacted* nos enfrenta a un simulacro de subjetividad o mejor aún, a su ilusión.

CONCLUSIONES

Cuando en su *Observaciones a los Fundamentos de la Matemática* (1939) Ludwig Wittgenstein se preguntaba qué pasaría si la imagen comenzara a temblar, el cine ya había hecho su triunfante ingreso en la vida cotidiana y político-propagandística occidental. Si bien el filósofo no se refería exactamente a la imagen cinematográfica, la ansiedad que su pregunta conlleva puede advertirse incluso para esta particular tipología de materialidad textual. El temblor del que habla Wittgenstein parece enfocar una posibilidad indócil de la imagen, su potencialidad de escapar del inalcanzable referente para la construcción de otros

efectos de sentido. O, dicho de otra manera, el temblar de la imagen manifiesta la posibilidad que tiene el cine de volver opaca la enunciación para visibilizar los dominios ideológicos que subyacen a su discurso.

En este mismo sentido, cuando unos cuantos años más tarde, Orson Welles se preguntaba en su película-remake de la novela de Cervantes, qué pasaría si Don Quijote se levantara de su lugar en la platea para desafiar a los personajes de la película que estaba mirando, puede verse una semejanza. Las dos preguntas parecen apoyarse sobre la misma inquietud. Con una sola diferencia: en la película de Welles no sólo la imagen tiembla, sino que se rompe y la pantalla se hace añicos. Si en la imagen descripta por Wittgenstein, la posibilidad enunciativa habilitaba efectos de sentidos diferenciales gracias a su temblar, la pantalla rota por Quijote-Welles nos recuerda que la imagen cinematográfica no sólo puede dar espacio a nuevos efectos de sentido, sino que, además, la imagen puede re-mirar al público de la sala cinematográfica e interpelar su acción.

De la misma manera, los ejemplos de las dos películas de Brian de Palma muestran una imagen que al temblar logra romper y des-programar las retóricas que subyacen a lo bélico para otorgar a la enunciación fílmica una nueva potencialidad. Gracias a una construcción sensible de los planos, si en *Casualities of Wars* el movimiento incorporado de la cámara da prueba de que todos los personajes que atraviesan la ficción narrativa son también sujetos; en *Redacted* la ausencia de la dialéctica del campo y contracampo en la representación de los protagonistas y los enemigos , restituye un mundo donde la mirada ya no puede incorporarse en el dispositivo, ya que frente a un discurso hiper-objetivizante sobre la realidad el punto de vista queda aniquilado. Una preocupación, esta última, que termina atravesando toda la contemporánea sociedad digital. Sin embargo, en las dos películas nos encontramos delante de una misma posibilidad enunciativa: la facultad que mantiene el dispositivo cinematográfico de construir una mirada indócil con la que interpretar el mundo que habitamos y sus eventos.

REFERENCIAS

BAJTIN, M. (1979). *Yo también soy. Fragmentos sobre el otro.* Buenos Aires: Godot, 2015.

BENJAMIN, W. (1936). *La obra de arte en la época de reproductibilidad técnica*. México DF: Ítaca, 2003.

CASETTI, F. (1986). *El film y su* espectador. Madrid: Cátedra, 1989.

HEIDEGGER, M. (1935) *El origen de la obra de arte*. Madrid: Alianza, 1996

RICOEUR, P. (1990). *Sí mismo como otro*. México DF: Siglo XXI, 2006.

TRAVERSA, O. (1984). *Cine, el significante negado*. Buenos Aires: Hachette.

_____ (2014). *Inflexiones del discurso: cambios y rupturas en las trayectorias del sentido.* Buenos Aires: Santiago Arcos.

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

VIRILIO, P. (2000). *The information Bomb*. London: Verso.

XAVIER, I. (1977). *El discurso cinematográfico: opacidad y transparencia*. Buenos Aires: Manantial, 2008

WITTGENSTEIN, L. (1939). *Observaciones a los Fundamentos de la Matemática*. Madrid: Alianza, 1987.

ZÁTONYI, M. (2002). *Una estética del arte y el diseño de imagen y sonido*. Buenos Aires: Nobuko.

Datos de la autora

Cristina Voto es egresada en Lenguajes de los Medios en Milán (Italia), Magister en Semiótica de la Universidad de Bolonia (Italia) y es doctoranda en Diseño de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires (FADU-UBA) con un proyecto de investigación donde cruza teorías del diseño audiovisual, semiótica y teorías de género. Trabaja como docente de Semiótica y Diseño Audiovisual en la Universidad de Buenos Aires y en la Universidad Nacional de Tres de Febrero. Participa además de proyectos de investigación en la Universidad de Buenos Aires y en la Universidad Nacional de Tres de Febrero. Ha sido becaria del Programa Erasmus (Comunidad Europea), del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Argentina) y del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (Italia).

REVISTA CHILENA DE SEMIÓTICA
NÚMERO 6
Agosto de 2017 /

[ARTÍCULO]

Integración jerárquica de la biosemiótica hacia la significación cultural

Claudio Rodríguez Higuera
claudiojrodriguezh@gmail.com

Recibido: marzo de 2017
Aceptado: junio de 2017

Resumen

El presente artículo intentará dar cuenta de cómo la biosemiótica actual y su pensamiento evolutivo puede ser integrada, desde sus bases teóricas, dentro de la significación cultural. Comenzamos revisando algunos principios de la biosemiótica y de la semiótica de la cultura, haciendo particular mención a la semiótica de Tartu. Observamos la forma en que esta integración ha sido llevada a cabo, algunos de sus principales problemas y la opción entregada por la semiótica cognitiva para sentar las bases de una semiótica de la cultura naturalizada.

Palabras clave: Biosemiótica; semiótica cognitiva; escuela de Tartu; significación cultural

Abstract: *Hierarchical Integration of Biosemiotics Towards Cultural Signification*

This article will attempt to outline some of the main tenets of current biosemiotics and how these try to account for cultural signification within an evolutionary framework. First we outline some of the theoretical aspects of biosemiotics that build up towards a more general understanding of signification, making particular use of some concepts developed by the Tartu school of semiotics. Then we give an overview of the integration of biosemiotics to the paradigm of cultural semiotics, what problems emerge from this and the option that opens when we use cognitive semiotics as one of the main conceptual avenues to develop a naturalized semiotics of culture.

Keywords: Biosemiotics; cognitive semiotics; Tartu school; cultural signification.

INTRODUCCIÓN

El rasgo que define la significación desde el punto de vista biosemiótico es su abstracción independiente del psicologismo inscrito en los niveles interpretativos de mayor complejidad. Esto es, la biosemiótica se define por asumir que el uso de signos no requiere de un sistema nervioso para darse en el mundo biológico.

En este artículo exploraremos cómo la biosemiótica puede ser integrada de manera evolucionaria a la significación cultural, cuáles son los problemas teóricos que esto representa y cómo podrían ser superados bajo ciertas condiciones. Primero haremos una breve revisión a la biosemiótica actual y sus principios, para luego dar paso a las formas en que ésta ha sido unida a la semiótica cultural, particularmente dentro de la escuela de Tartu. Junto a esto veremos los problemas que surgen de la idea de jerarquización de complejidad semiótica dentro de una escala evolutiva para finalmente intentar resolver algunos de sus problemas con la ayuda de la semiótica cognitiva.

BIOSEMIÓTICA

De modo general, la biosemiótica actual comprende la significación dentro de un paradigma tanto naturalista como antimecanicista (Barbieri, 2008). En otras palabras, el inicio del punto de vista biosemiótico se construye a partir de la investigación del significado como fenómeno biológico al mismo tiempo que evita caer en el determinismo de los actos perceptivos y las reacciones que éstos puedan conllevar. El origen más formal de la biosemiótica se encuentra en el trabajo de Jakob von Uexküll y su teoría del ciclo funcional (*funktionskreis*) que modela la manipulación e influencia de los signos en los organismos y la conceptualización del *Umwelt* (Uexküll, 2010). A esto se le ha sumado una alta especificación de teorías sobre los tipos de signos que pueden ser utilizados, principalmente a partir de la filosofía de C. S. Peirce, y de los roles evolutivos y ecológicos de las especies. Algunos ejemplos de estas tendencias pueden encontrarse en los trabajos de J. Hoffmeyer (1996, 2008), H. H. Pattee (2001), T. Deacon (2011) y K. Kull (2009) por nombrar sólo algunos[1].

La base uexkülliana de la biosemiótica actual se conforma por el dinamismo de la significación ante las percepciones. Éstas, a su vez, se dan de acuerdo a la relevancia que puedan tener para el aparato perceptivo del organismo. De esta forma, las percepciones animales se ven determinadas tanto por las posibilidades físicas del organismo como por la relevancia que puedan tener para el sistema, lo que conlleva, en la teoría, a la sistematización de la efectividad de los signos en el ámbito biológico. Uexküll se refiere a esto al decir que "Todos los sujetos animales, del más simple al más complejo, están insertos en sus

entornos con el mismo nivel de perfección. El animal simple tiene un entorno simple. El animal multiforme tiene un entorno tan bien articulado como sí mismo" (Uexküll, 2010: 50, traducción personal). El ciclo funcional puede ser descrito entonces como el mecanismo de proceso del signo (Kull, 2016: 524), una estructura que relaciona al organismo con su entorno en el que la semiosis sucede. Así, la fundación del concepto de umwelt emerge como la forma teórica de la experiencia subjetiva del organismo (Hoffmeyer, 1996: 33). El umwelt, concepto fundamental para la biosemiótica, es a grandes rasgos "el mundo que existe en el sistema de signos de un organismo, esto es, el mundo semiótico de un organismo" (Kull & Torop, 2003: 318). El proceso de signos crea, de modo metafórico, la integración de un organismo en su entorno. A partir del proceso de signos basados en la morfología del organismo, los elementos que interactúan y tienen relevancia para el sujeto se vuelven coherentes dentro de las posibilidades significativas dadas para el organismo.

Con esta teoría de precedente del desarrollo de la biosemiótica, la integración de la filosofía de Peirce se vuelve más relevante para dar cuerpo a la teoría misma de los signos presentes en la percepción organísmica. Si bien existen diferencias entre la forma en que el concepto de umwelt es utilizado dentro de la biosemiótica (Tønnessen, Magnus & Brentari, 2016), el principio es altamente compatible con la semiótica peirceana. Esto es porque el sistema de Peirce puede ser pensado como un sistema sincrónico, mientras que el de Uexküll puede ser visto como un flujo discursivo de procesos de signos (Th. v. Uexküll, 1992, p. 308). Y si bien para Thure von Uexküll "la teoría de signos de Peirce es triádica, la de Saussure es diádica y la de Uexküll es concebida como un proceso cíclico" (*ibid.*), la semiótica de Peirce enriquece la descripción de la experiencia del organismo al precisar la terminología de las relaciones y los elementos que se dan en ellas. La diferencia de caracteres expresada así no determina su compatibilidad.

El rol fundacional de Sebeok en la integración de Peirce a la teoría de Uexküll queda en evidencia en el tratamiento semiótico del comportamiento animal, dentro del campo más específico de la zoosemiótica (Sebeok, 2010), y su caracterización, donde no sólo la tipología simple de los signos describe las relaciones de los animales con sus entornos, sino además integra un margen filosófico para investigar y modelar la significación a nivel abstracto en organismos de cualquier tipo.

ANTIPSICOLOGISMO

La semiótica de Peirce es fundamentalmente antipsicologista, pues se sustenta en la continuidad de los tipos de signos descritos y cómo éstos se complementan en organizaciones más y más complejas. Esta forma constitutiva devendría del mismo modo en que la lógica no se establece psicológicamente. O sea, las relaciones semióticas son de

por sí independientes de los eventos mentales que podrían describirlas (Stjernfelt, 2014). Esto es fundamental para el proyecto biosemiótico, pues permite enmarcar la significación más allá del requerimiento de un sistema nervioso. Esto se vuelve crucial cuando se trata de naturalizar la significación dentro de un marco evolutivo, pues la complejidad del sistema nervioso humano no da exclusividad a la hora de usar signos dentro de las definiciones peirceanas. La biosemiótica, como proyecto de naturalizar la significación fuera del determinismo, prefiere el punto de vista evolutivo para dar cuenta de la complejización de los sistemas de significación. De este modo, la biosemiótica da por sentado que la significación toma un rol en los cambios biológicos (Weible, 2016) y trata de encontrar los mecanismos y fenómenos que dan cuenta de esto.

Si bien no hay una sola teoría que abarque la expansión desde los modos más simples en los que se expresan la semiosis, la visión evolutiva se da en distintas variedades, desde las de corte pansemiótico (Koch, 1986) hacia las más descriptivas de fenómenos biológicos de distinta magnitud (Kull, 2009). En ambos casos podemos ver que los principios antipsicologistas de la semiótica cobran relevancia en la caracterización de la semiosis.

SIGNIFICACIÓN CULTURAL

Desde el lado opuesto de la biosemiótica, por así decirlo, nos encontramos con la significación cultural. El estudio semiótico de las expresiones culturales, su significación, estructura, desarrollo e interacción parece, en principio, alejado de los principios e intereses de la biosemiótica. La tradición semiológica en particular pone en tensión la capacidad de integrar el paradigma biosemiótico al estudio de la cultura. Esto lo resalta Eco al desconfiar de la capacidad de la semiótica de integrar el estudio de lo que considera situado en su umbral inferior (1976: 19-21). La capacidad de situar umbrales[2] en la semiótica en todo caso sirve como herramienta para describir sus posibles áreas operativas. Así, el umbral superior de la semiótica descrito por Eco (1976: 21-28) describe la significación cultural compleja, no sólo la semantización específica de elementos individuales, sino además la descripción organizacional de ésta.

Así como Eco sospecha en principio del proyecto biosemiótico, la línea peirceana es el ámbito que une su interés cultural con la forma en que Sebeok, por su parte, intentó consolidar el umbral inferior de la semiótica dentro de un proyecto más amplio (Kull & Velmezova, 2016). Es de esta forma cómo la semiótica de Peirce, que más allá de lo específico de la semiótica de Eco le aporta sus fundamentos teóricos, entrega bases capaces de conectar la biosemiótica con la semiótica cultural. Por otra parte, la semiótica de la cultura, al encontrarse frente a eventos significativos específicos y de alta complejidad, utiliza una variedad de métodos y puntos de vista que responden a la necesidad de comprender cómo sus diferentes aspectos entran en juego y hasta qué nivel.

ESCUELA DE TARTU

La escuela de Tartu—también conocida como la escuela Tartu-Moscú—en un desarrollo paralelo, no utiliza las nociones de Peirce para hablar de la semiótica de la cultura. Ésta, en cambio, se sitúa como el estudio de las dinámicas significativas dentro de los sistemas de signos y el establecimiento de modelos que conforman la posibilidad de significación. Considerando el espacio disponible y el enfoque del artículo, por ahora nos limitaremos a la convergencia de la semiótica de Tartu con la biosemiótica y la relevancia de las ideas de Lotman para la integración gradualista de los preceptos de la biosemiótica general y la investigación del umbral inferior.

La idea de los sistemas de signos y de los sistemas modelizantes es esencial en la semiótica de Tartu, y da cuerpo a una teoría cultural capaz de integrar preceptos naturalistas por su entendimiento de la interacción y variabilidad de los sistemas significativos. La relevancia del *sistema* es lo que caracteriza la presentación de la teoría semiótica de la escuela de Tartu. En líneas generales, las propiedades de un sistema semiótico se definen por la interacción de partes distintivas de acuerdo a sus reglas. Lotman define los sistemas modelizantes como "una estructura de elementos y reglas para su combinación que existen en un estado de analogía fija a la esfera completa del objeto de la percepción, cognición u organización. Es por esto que un sistema modelizante puede ser tratado como un *lenguaje*" (2011: 250). Esto le da a Sebeok una de las claves para profundizar en la conexión entre el análisis semiótico de la cultura y lo que subyace a la percepción de los signos (Petrilli & Ponzio, 2011: 311). Al tomar la idea de que el concepto de umwelt constituye un sistema del mismo modo que Lotman describe los sistemas modelizantes (Sebeok, 1989) podemos observar que al describir la semiosis de tal modo necesitamos entender el rol de los sistemas primarios, secundarios y terciarios. Éstos constituyen una formalización de cómo la percepción crea unidades de sentido y su nivel de complejidad. Así, un sistema primario se diferencia de un sistema secundario o terciario pues constituye la base que da sentido inmediato al entorno. Para Lotman, el sistema modelizante primario es el lenguaje, sin embargo, Sebeok pone esta idea en cuestión cuando considera la existencia de un sistema zoosemiótico de la percepción, que vendría a desplazar al lenguaje de su posición como básico del sentido. La biosemiótica lleva este principio más lejos dentro de una escala evolutiva para encontrar índices (y teorías) del uso de signos en animales simples y plantas (Kull, 2000).

Al modelizar la significación en sistemas interactivos[3] con respecto a su rol primario o secundario, tenemos herramientas que, si bien no han tenido un punto de origen en su aplicación biológica, permiten trabajar con principios semióticos abstractos al nivel más

básico bajo una visión holística del fenómeno de la semiosis (Kull, 1999: 127-128).

A nivel más práctico entonces, la integración de los principios de la semiótica general y de la semiótica de la cultura junto con la biosemiótica es posible a nivel técnico, y es deseable tanto para el proyecto de una semiótica global -el proyecto en que se embarcó Sebeok- como para una semiótica de la cultura que responde a las necesidades del naturalismo propio de la biosemiótica. A continuación veremos cómo estos ámbitos han sido integrados y cuáles son los posibles problemas que surgen al hacerlo.

INTEGRACIÓN JERÁRQUICA Y SUS PROBLEMAS

Como ha sido mencionado anteriormente, la idea de que existe una cierta continuidad entre los distintos niveles de actividad semiósica es relativamente frecuente, y del mismo modo es productiva dentro de las distintas ramas de la semiótica. La semiótica peirceana apela al sinequismo como principio ontológico para dar cuerpo a la continuidad semiótica entre niveles de distinta complejidad que parecen pertenecer a la significación. La base del sinequismo se explica para la biosemiótica, a grandes rasgos, como el principio mismo de continuidad, una forma de evitar dualismos y dar cabida a los rasgos categóricos de la filosofía de Peirce (Cobley, 2016: 3-4). Si bien el sinequismo no es un elemento aislado y superpuesto, la idea de que la continuidad natural es necesaria sí nos entrega un rasgo definitivo en la extensión de los distintos niveles en los que la semiosis es efectiva. Esto se traduce en diferentes posiciones relativas a la complejidad de la significación y del rol biológico que ésta puede tener. Así, un rol evolutivo y teleológico general puede ser observado en las descripciones semióticas de elementos que parecen fuera del alcance de la semiótica, como en el caso de Koch, quien sostiene que hay una isomorfia entre la evolución de la materia y de la semiosis, y que esto mismo permite asumir que tanto el mundo físico como el mundo semiótico forman una unidad desde un principio, o sea, desde el inicio natural del universo (Nöth, 1994: 5). Esto crea una teoría de la semiótica que está presente en los sistemas dichos puramente físicos, y mantiene un hilo conductor hacia el desarrollo cultural. Tal visión encuentra cierta resonancia -salvando importantes diferencias- con las teorías de la fisiosemiosis, como en Deely (2001), y la pansemiosis, como en Salthe (2005), pero éstas no cuentan con amplio apoyo por parte de la biosemiótica actual (cf. Nöth, 2001; Champagne, 2013).

Otros puntos de vista no tan ontológicamente comprometedores se encuentran en la jerarquización de los niveles de la semiosis y el establecimiento de umbrales más firmes a partir de los que se puede hablar de la semiosis propiamente dicha. Aquí podemos ver diferenciaciones basadas en un punto de partida distinto, esto es, se asume que la vida y la semiosis son coextensivas en la llamada "tesis de Sebeok" (Kull, Emmeche & Hoffmeyer, 2011: 2), y esto regula, más o

menos, el o los umbrales de la semiosis. Pese a la existencia de distintas proposiciones, como la visión que tiene Deacon del umbral simbólico traspasado sólo por los humanos (1997) o la diferenciación tripartita que va desde el mundo vegetal hasta el mundo cultural hecha por Kull (2009), la base de tal proposición se centra en que existe una conexión natural entre las capacidades semióticas de las distintas especies, incluso si éstas no son equiparables en complejidad.

Para que tal proposición tenga cabida, la tesis de Sebeok es fundamental (aunque no axiomática) para que la efectividad de la semiosis sea estructurada alrededor de la posibilidad de percepción e interacción con el entorno. Al conjugarse los principios peirceanos con la visión de Uexküll, ambos insertos en un discurso más bien naturalista, el rango en el que uno puede encontrar acción semiótica queda demarcado con cierta claridad. En esto, existe una forma de jerarquía que puede verse tanto a través de la teleodinámica como de la constante complicación de los sistemas de signos y las capacidades semióticas de los organismos. Así, cuando hablamos de integración jerárquica, lo que mencionamos más exactamente es que la biosemiótica se integra en el ámbito bajo de la complejidad semiótica, sin que esto sea un calificativo de la complejidad de las preguntas de la biosemiótica misma. Por decirlo de otro modo, el punto de interés de la biosemiótica se centra generalmente en encontrar los rasgos distintivos biológicos que dan forma a las estructuras más complejas de la significación (Barbieri, 2007).

PROBLEMAS

Siguiendo esta idea, la unión de la biosemiótica con la semiótica de la cultura parece afirmarse sobre pilares evolutivos y de incremento de complejidad, como hemos mencionado anteriormente, y las estructuras semióticas dan cuenta de tal conexión. Sin embargo, la distancia entre los objetos de ambas ramas de la semiótica parece originar de un conflicto más profundo que la diferencia entre sustratos de la significación. Por una parte, el "imperialismo" de la semiótica tan criticado (Eco, 1976: 6-7; Chandler, 2002: 208-209) toma un giro más explícito, pues los objetos de las distintas ramas que hemos mencionado no parecen estar conectados sino de manera trivial al indicar que parte de sus elementos pueden ser llamados "signos" y que hay procesos de significación *lato sensu*. Por otra parte, no hay ninguna razón para establecer la necesidad de la conexión entre los elementos de la biosemiótica y aquéllos que forman parte de la semiótica de la cultura. Los símiles terminológicos no conllevan a una determinación de igualdad de los elementos analizados, lo que pone el principio de continuidad bajo cierta presión, pues para evitar cualquier tipo de escepticismo sobre la índole y naturaleza de lo considerado como semiótico en niveles tan distintos, debemos tener cuidado metodológico de no utilizar formulaciones semióticas azarosas, como el uso de

términos peirceanos para describir un sistema inconexo de elementos exclusivamente físicos. Fuera del conflicto que supone el poner en diálogo argumentos filosóficos aparentemente incompatibles, existe de fondo un problema referente a la cohesión argumentativa de las partes del signo y de la semiosis cuando se usan para conjeturar una suma cuya constitución misma es sólo la de un conjunto descriptivo.

A la expresión de estos problemas se le añade la divergencia posible entre las nociones de significación que puede aplicarse, por ejemplo, al código genético (Barbieri, 2008) y a los códigos culturales. En el primer caso estamos hablando de un tipo de biosemiótica que no busca implementar nociones peirceanas para establecer la existencia de la significación a favor de un sistema de correspondencias orgánicas capaces de dar cuenta de la significación biológica (Barbieri, 2014). Por otra parte, los códigos culturales no parecen situarse dentro de un marco similar, requiriendo la existencia de sistemas de signos de trasfondo para ser efectivos (Posner, 2004). Si bien las correspondencias y los sistemas de reglas pueden presentar isomorfia superficial, no hay un movimiento claro para el andamiaje de los sistemas llamados semióticos sin una teoría de por medio.

De todos modos, estos problemas dan vueltas en torno a la posibilidad de unificación de ambos extremos, y es tal la tarea de una semiótica que tome el fenómeno de la semiosis como parte del mundo natural.

SISTEMAS INTEGRATIVOS

Para lograr la cohesión naturalista que antes mencionamos, podemos tomar un par de caminos. La proposición actual de Tartu, poniendo los sistemas significativos de ambos extremos en un continuo a partir de la suposición de compatibilidad de principios entre las teorías de Uexküll y Lotman, es el desarrollo de un sistema que no se centra solamente en sujeto u objeto (Rodríguez Higuera, 2013). Sin embargo, para lograr la cohesión de los principios biosemióticos dentro de la significación cultural, es necesario invocar el uso de teoría que aún se encuentra a sus márgenes. En este caso, la semiótica cognitiva puede entrar en escena como un modelo que responde a las necesidades específicas de mantener el paradigma biosemiótico inserto en el amplio campo de la semiótica de la cultura.

La semiótica cognitiva nos entrega una perspectiva unificadora entonces, actuando como puente entre los mecanismos perceptuales y la semantización de las prácticas humanas. Si bien no nos proponemos revisar los preceptos de la semiótica cognitiva, aunque éstos pueden ser encontrados a nivel general en Zlatev (2011) y de forma más específica en Sonesson (2012), es importante abordar algunos fundamentos para entender mejor esta dinámica. Al proponer un puente que una los espacios visibles entre la semiótica de la cultura y la biosemiótica, debemos encontrar cómo podemos ir desde la significación biológica a la cultural (sin importar las distinciones que queramos tener o borrar

entre naturaleza y cultura) mediante una metodología cohesiva que no pierda de vista el carácter de su objeto. Zlatev (2009) propone una jerarquía de cuatro niveles, biológico, fenomenal, significacional y normativo que, al igual que Kull (2009), trata de crear una medida capaz de unificar ámbitos diversos, pero esta vez a través de la fenomenología como punto de referencia, utilizando la construcción de un sí (*self*) teórico para derivar las prácticas de los seres vivos en aspectos de la significación. En esto, la regulación y formulación de normas -la existencia del lenguaje- predica su mayor complejidad en la jerarquía.

Si bien Zlatev no utiliza ni está de acuerdo con algunos principios de la biosemiótica (169-171), es importante tener en cuenta que la base teórica a la que se opone es compatible y operativa siempre que se retenga un sentido de signo no trivial (como lo sería un signo capaz de ser implantado a cualquier combinación de elementos). Los límites impuestos por un umbral analítico pueden entonces abrir la posibilidad de integración entre la biosemiótica y la semiótica de la cultura en conjunción con los principios teóricos compartidos.

FENOMENOLOGÍA

¿Es la fenomenología la opción final para una biosemiótica integrada a la semiótica de la cultura? Considerando que la semiótica cognitiva se ha centrado en la teoría y práctica fenomenológica, parece ser que su rol es central para el proyecto integrativo y jerárquico de una semiótica general que tenga bases biosemióticas (si es que la semiótica cognitiva es, de hecho, el puente más efectivo entre ésta y la semiótica de la cultura). Asegurar su preponderancia, en todo caso, no es la mayor preocupación para la biosemiótica *ni* su asegurado punto de conexión. Parte del problema en este caso es uno de modalidad, pues las posibilidades biosemióticas no se limitan a la descripción y exploración fenomenológicas, sino que se extienden además a los mecanismos que les subyacen. La disyuntiva sobre la base de la biosemiótica no resta su aparato teórico ni el hecho de que la fenomenología característica de la semiótica cognitiva puede formar parte de una teoría biosemiótica que utilice nociones uexküllianas. Por ponerlo de otro modo, la fenomenología no puede dar cuenta de los mecanismos que causan la significación, sino de la experiencia de ésta. Para que ésta sirva de puente integrativo, necesitamos de una teoría comprometida con la formulación de conceptos sobre los mecanismos que dan pie a la exploración fenomenológica[4], lo que evidentemente necesita de una metodología fenomenológica que puede ser encontrada en la propuesta de la semiótica cognitiva.

Con respecto a los problemas que hemos observado al tratar de unir los puntos entre la biosemiótica y la semiótica de la cultura, una semiótica cognitiva que convenga en la necesidad del sustrato biológico para dar cuenta de la fenomenología—no necesariamente de una forma

específica, sino en principio—puede establecer un marco suficiente para la unión conceptual de formas de significación. Sin embargo, para que esto se pueda concretar es necesaria una semiótica cognitiva que mire tanto hacia las bases como hacia las expresiones específicas de la cultura. El reto está en crear una convergencia clara de la emergencia y relación de la significación biológica hacia la comprensión fenomenológica de la significación. Si la fenomenología es esencial para la semiótica cognitiva, y la biosemiótica entiende que en principio la fenomenología es una parte ineludible de la significación, incluso en sus expresiones más reducidas, entonces la relación jerárquica puede establecerse en las explicaciones biosemióticas para la fenomenología y la derivación de ésta en formas específicas dentro de la cultura. No es una tarea simple, pero una semiótica cognitiva que tome los problemas de la biosemiótica en serio puede lograr la coherencia teórica aún remota entre los extremos de la semiótica. Incluso, vale recalcar, esta coherencia no necesita ser monolítica por cuanto el desarrollo de la teoría y los modelos semióticos permiten reinterpretaciones y cuestionamientos al no tratarse de una labor determinista sobre la significación.

En resumidas cuentas, para que la biosemiótica finalmente tenga un lugar activo dentro de la semiótica de la cultura, no pueden desconocerse ni la conexión formal ni institucional entre ambos aspectos. Su poder explicativo no reside en dar cuenta de que los fenómenos significativos tienen origen y sustento en la biología, sino en entregar conceptos para facilitar el análisis de éstos y permitir, más allá todavía, entender la significación como fenómeno natural. En este artículo hemos querido dar cuenta de una cierta jerarquía considerando los objetos de las distintas ramas de la semiótica. Dentro de esta jerarquía, sostener los principios abstractos de la ciencia que los unifica permite el cuestionamiento de estos principios mismos, pero reconocer la necesidad de dar un cuerpo coherente a los principios aplicados de la semiótica, incluso en áreas donde la efectividad del signo es cuestionada, nos puede permitir seguir abriendo camino en la configuración del panorama del estudio de la significación cultural.

La semiótica cognitiva, como una teoría puente, sirve de proyecto general para una semiótica de la cultura bajo algunos principios que convergen con la biosemiótica, siempre y cuando la teoría de la semiótica cognitiva no se limite simplemente a nombrar la relación de sus elementos sin exploración alguna. La posible convergencia entre los extremos de la semiótica puede ser completada con una invitación al teórico de la semiótica de la cultura a tomar las ideas de la biosemiótica como parte de una investigación más general sobre los sistemas de significación y sus límites, pues en el intercambio entre las diferentes áreas de la semiótica será posible encontrar intersecciones capaces de llenar los vacíos que persisten en cómo entendemos y tratamos la significación a nivel general.

Notas

1. Favareau (2007) nos entrega una visión histórica del desarrollo de la biosemiótica.
2. El concepto de umbral inferior (*lower threshold* en inglés) es usado frecuentemente en biosemiótica para dar cuenta del área específica en que las relaciones semióticas comienzan a surgir, y aunque la biosemiótica no se limita exclusivamente a investigar esta área, sí es de una gran relevancia para su constitución (Rodríguez Higuera & Kull, 2017).
3. La noción de semiosfera, preponderante en la semiótica de la cultura nacida de la escuela de Tartu, es una consecuencia directa de la expansión de los sistemas de signos (Lotman, 2005).
4. Una propuesta alternativa de líneas similares es la cibersemiótica de Brier (2008).

REFERENCIAS

BARBIERI, M. (2007). Has biosemiotics come of age? En M. Barbieri (Ed.), *Introduction to Biosemiotics: The New Biological Synthesis* (pp. 101-113). Dordrecht: Springer.

_____ (2008). Is the Cell a Semiotic System? En M. Barbieri (Ed.), *Introduction to Biosemiotics: The New Biological Synthesis* (pp. 179-207). Dordrecht: Springer.

_____ (2014). Introduction to Code Biology. *Biosemiotics* 7, 167-179.

BRIER, S. (2008). *Cybersemiotics: Why Information Is Not Enough.* Toronto: University of Toronto Press.

CHAMPAGNE, M. (2013). A Necessary Condition for Proof of Abiotic Semiosis. *Semiotica, 197*, 283-287.

CHANDLER, D. (2002). *Semiotics: The Basics*. Oxon: Routledge.

Cobley, P. (2016). *Cultural Implications of Biosemiotics*. Dordrecht: Springer.

DEACON, T. (1997). *The Symbolic Species: The Co-Evolution of Language and the Human Brain*. Nueva York: W. W. Norton & Co.

_____ (2011). *Incomplete Nature: How Mind Emerged from Matter.* Nueva York: W. W. Norton & Company.

DEELY, J. (2001). Physiosemiosis in the Semiotic Spiral: A Play of Musement. *Sign System Studies 29* (1), 27-48.

ECO, U. (1976). *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.

FAVAREAU, D. (2007). The evolutionary history of biosemiotics. En M. Barbieri (Ed.), *Introduction to Biosemiotics* (1-67). Dordrecht: Springer.

HOFFMEYER, J. (1996). *Signs of Meaning in the Universe.* Bloomington: Indiana University Press. (Obra original publicada en 1993).

_____ (2008). *Biosemiotics: An Examination into the Signs of Life and the Life of Signs*. Scranton: Scranton University Press.

KOCH, W. (1986). *Evolutionary Cultural Semiotics.* Bochum: Brockmeyer.

KULL, K. (1999). Towards Biosemioics with Yuri Lotman. *Semiotica, 127* (1), 115-131.

_____ (2000) An Introduction to Phytosemiotics: Semiotic Botany and Vegetative Sign Systems*. Sign Systems Studies,* 28, 326-350.

_____ (2009). The Semiotic Threshold Zones. *Cognitive Semiotics*, 4, 8-27.

_____ (2016). Introduction to Biosemiotics. En P. P. Trifonas (Ed.), *International Handbook of Semiotics* (pp. 521-533). Dordrecht: Springer.

KULL, K., Emmeche, C. & Hoffmeyer, J. (2011). Why Biosemiotics? An Introduction to Our View on the Biology of Life Itself. En C. Emmeche & K. Kull (Eds.), *Towards a Semiotic Biology* (pp. 1-23). Londres: Imperial College Press.

KULL, K. & Torop, P. (2003). Biotranslation: Translation between *Umwelten*. En: S. Petrilli (Ed*.), Translation Translation* (pp. 313-328). Amsterdan: Rodopi.

KULL, K. & Velmezova, E. (Julio, 2016). *Umberto Eco on Biosemiotics. En Sixteenth Anual Gathering in Biosemiotics*. Conferencia organizada por la Universidad Carolina, Praga, República Checa.

LOTMAN, J. (2005). On the Semiosphere. *Sign Systems Studies* 33 (1), 205-229.

_____ (2011). The Place of Art among Other Modelling Systems. *Sign Systems Studies*, 39 (2), 249-270. (Obra original publicada en 1967).

NÖTH, W. (1994). Introduction. En W. Nöth (Ed.), *Origin of Semiosis: Sign Evolution in Nature and Culture* (pp. 1-12). Berlin: Mouton de Gruyter.

_____ (2001). Protosemiotics and physicosemiosis. *Sign Systems Studies*, 29 (1), 13-26.

PATTEE, H. H. (2001). Irreducible and complementary semiotic forms. *Semiotica*, 134 (1/4), 341–358.

PETRILLI, S. & Ponzio, A. (2011). A Tribute to Thomas A. Sebeok. En P. Cobley, J. Deely, K. Kull & S. Petrilli (Eds.), *Semiotics Continues to Astonish: Thomas A. Sebeok and the Doctrine of Signs* (pp. 307-329). Berlin: Walter de Gruyter.

POSNER, R. (2004). Basic Tasks of Cultural Semiotics. En G. Withalm & J. Wallmannsberger (Eds.), *Signs of Power, Power of Signs: Essays in Honor of Jeff Bernard.* Viena: INST, 56-89.

RODRÍGUEZ HIGUERA, C. J. (2013). Tartu Variations: Objects, Subjects and the Third Way. *Chinese Semiotic Studies*, 9 (1), 271-283.

RODRÍGUEZ HIGUERA,, C. J. & Kull, K. (2017). The Biosemiotic Glossary Project: The Semiotic Threshold. *Biosemiotics* 10 (1), 109-126.

SALTHE, S. (2005). Meaning in Nature: Placing Biosemiotics within Pansemiotics. *Journal of Biosemiotics* 1, 211-221.

SEBEOK, T. (1989). In What Sense Is Language "Primary Modeling System"? En F. J. Heyvaert & F. Steurs (Eds.), Worlds Behind Words: Essays in Honour of Prof. Dr. F.G. Droste on the Occasion of His Sixtieth Birthday. Lovaina: Leuven University Press.

_____ (2010). Biosemiotics: Its Roots, Proliferation and Prospects. En: D. Favareau (Ed.), *Essential Readings in Biosemiotics. Anthology and Commentary.* (pp. 221-236). Dordrecht: Springer. (Obra original publicada en 2001).

SONNESON, G. (2012). The Foundation of Cognitive Semiotics in the Phenomenology of Signs and Meanings. *Intellectica*, 58 (2012/2), 207-239.

STJERNFELT, F. (2014). *Natural Propositions: The Actuality of Peirce's Doctrine of Dicisigns*. Boston: Docent Press.

TONNESSEN, M., Magnus, R. & Brentari, C. (2016). The Biosemiotic Glossary Project: Umwelt. *Biosemiotics*, 9, 129-149.

Uexküll, J. v. (2010). A Foray into the World of Animals and Humans. Minneapolis: University of Minnesota Press. (Obra original publicada en 1934).

UEXKÜLL, Th. v. (1992). Introduction: The Sign Theory of Jakob von Uexküll. Semiotica, 89 (4), 279-315.

WEIBLE, D. (2016). Exaptation: Towards a Semiotic Concept of a Biological Phenomenon (Dissertationes Semioticae Universitatis Tartuensis 22). Tartu: Tartu University Press.

ZLATEV, J. (2009). The Semiotic Hierarchy: Life, Consciousness, Signs and Language. *Cognitive Semiotics,* 4, 169-200.

_____ (2011). What Is Cognitive Semiotics? Semiotix, XN-6. Recuperado de http://semioticon.com/semiotix/2011/10/what-is-cognitive-semiotics/.

Datos del autor

Claudio J. Rodríguez Higuera (1983) es Doctor y Magíster en Semiótica y Estudios Culturales de la Universidad de Tartu, Estonia. Su trabajo, publicado en Biosemiotics y Chinese Semiotic Studies, se enfoca en los problemas filosóficos de la biosemiótica, los modelos semióticos y la relación naturaleza-cultura. Ha participado en conferencias de semiótica en Dinamarca, Suecia y República Checa y editado el libro Concepts for Semiotics (2016), publicado por la Universidad de Tartu.