

3

**FACEBOOK:
DE LA INTERACCIÓN AL INTERCAMBIO**

Francisco Schaer

franciscoschaer@gmail.com /

Universidad de Buenos Aires (UBA) – Universidad Nacional de las Artes.

RESUMEN

El trabajo tiene por objeto presentar un campo de problemas relacionados con el análisis de las redes sociales. Para ello, se adoptarán las dos claves teóricas principales de Eliseo Verón en la *Semiosis Social*: el concepto de «discurso» y la hipótesis del desfase entre producción y reconocimiento.

¿Es posible «jugar a otro juego» en las redes sociales? ¿Qué implícitos y estrategias de validación plantea el mismo dispositivo de comunicación en la situación que propone? En este trabajo se aborda la evolución de funciones de Facebook para los usuarios, el problema de la construcción de la objetividad a partir de la apertura de diferentes planos de observación y una hipótesis para pensar el vínculo entre las lógicas sistémicas sociales y socioindividuales en esta evolución.

ABSTRACT

The purpose of this paper is to present a field of problems related to the analysis of social networks. For this, the two main theoretical keys of Eliseo Verón in the *Social Semiosis* will be adopted: the concept of «discourse» and the hypothesis of the gap between production and recognition.

Is it possible to «play another game» on social networks? What implicit and validation strategies does the same communication device, in the situation it proposes? This paper deals with the evolution of Facebook functions for users, the problem of the construction of objectivity from the opening of different observation planes and a hypothesis to think the link between the systemic social logics and individual partners in this evolution.

PALABRAS CLAVE

- > redes sociales
- > discursos
- > dispositivos

KEY WORDS

- > social networks
- > discourses
- > devices

PRESENCIAS

Comenzar una conversación en un Congreso de estas características (X Congreso Argentino de Semiótica) resulta al menos difícil. Ninguno de *ustedes* podría afirmar que cada uno de *nosotros* no existe realmente. Seguramente alguien estará atento a realizar cualquier objeción ante un error en mis ideas, atento al horario para la próxima exposición o bien alguna interrupción graciosa, que deje en inferioridad al que está aquí al frente.

Todo ello es posible dado que, a diferencia de Napoleón, ustedes están aquí *presentes* en cuerpos, debidamente acreditados y, como saben, la conversación (siguiendo aquí a Goffman) es una forma de interactuar *en presencia*. Esto es posible dado que hay un *conjunto de propiedades* que para cada identidad de ustedes corresponde a un mundo real. El rasgo de estar vivos y ser parte de este Congreso son propiedades suficientes para que ustedes sean *quienes son aquí*, y este supuesto puede ser verificado en una localización espaciotemporal concreta del mundo físicamente existente. En el ejemplo referido al pasado, ninguno podría ver si Napoleón ganó una batalla, los procesos de verificación dependerían de documentos históricos avalados por la comunidad científica.

Algo distinto sucedería si nos refiriéramos a un personaje de ficción. Aquí, el lector se vería forzado a dar por cierto lo que se narra y a fingir que vive en el mundo posible de la narrativa. Estos tres casos fueron presentados por Umberto Eco en *Confesiones de un joven novelista* (2011), donde exhibió cuatro figuras relativas al triángulo semántico y sus variaciones. Eco sostiene que:

para estar emocionalmente implicados de forma permanente con los habitantes de un mundo posible de ficción, tenemos que satisfacer dos requisitos, a saber: 1) debemos vivir en el mundo posible de ficción como en un ensueño permanente, y 2) tenemos que comportarnos como si fuéramos uno de los personajes. (2011:116).

Definir un personaje de ficción como un *objeto semiótico*, un

conjunto de propiedades registrado en la enciclopedia de una cultura, transmitido por una expresión determinada (una palabra, una imagen, o algún otro mecanismo).

Un conjunto de propiedades de esa naturaleza es lo que llamamos el «sentido» o «significado» de la expresión.

Bien, aquí encontramos nuestro punto de partida. ¿Cuáles son los requisitos para que el lector se «vea forzado a dar por cierto lo que se narra»? En las redes sociales, especialmente en Facebook, ¿por qué estamos *todo el tiempo* asumiendo un *contrato* sobre lo real en las redes?

La pregunta de investigación que nos ocupa es más acotada y restringida. Refiere a la plataforma Facebook, en la que existen millones de personajes (en tanto usuarios) que remiten a millones de personas (en tanto personas). Se ha convertido en tradición la necesidad de abordar la cuestión de las «redes sociales» como un objeto singularmente numérico. Redes sociales, nuevas tecnologías, TIC, la era de la información o bien otros términos ligados son frecuentes en los comentarios teóricos sobre la evolución, la economía, el crecimiento, los *start up*, los emprendedores, la inteligencia artificial, y la lista podría seguir. Se trata de listas de nombres, de procesos y de autores: inventores. Bill Gates, Steve Jobs y Mark Zuckerberg. Los negocios digitales, la sociedad de la información y la digitalización de la cultura. Naturalmente, han surgido diversas interpretaciones sobre este fenómeno. Vamos a reseñar cinco de ellas.

La primera consiste en asignar un ímpetu, un *know-how* comunicacional, una pertinencia propia de las tecnologías que asumen el Poder, el Poder de la Comunicación, tecnologías que desestructuran, que se relacionan como si operasen como una cultura de por sí, con frío y con calor, con ecosistemas. La metáfora de la naturaleza es habitual en estos estudios.

Ecosistemas donde la evolución emerge, donde la tecnología es una extensión de nuestros cuerpos. La «nube», la «navegación», las predicciones de un futuro inaccesible que se nos «aparece», un futuro más rápido que la luz. A la interacción se le agrega lo «digital». Tal vez el paradigma funda su popularidad en «el medio es el mensaje» y en «el futuro es ahora». Es el reino de lo «hiper» y de los «inter». Internacionales y locales desarrollan una semántica acorde a los «nuevos tiempos», un tiempo que se nos escapa, un futuro al que solo podemos evocar.

Una segunda forma de analizar estas transformaciones ha combinado una mirada sociológica (desde Parsons a Simmel), en la que los límites entre lo social y lo individual son la clave, una cultura de los espacios biográficos, donde

despega un nuevo individualismo en la posmodernidad (Guiddens), donde el mundo se vuelve íntegramente líquido (Baumann) o bien donde todo tiende a generar no-lugares. Esta perspectiva en muchas ocasiones se orienta hacia los verdaderos orígenes de lo humano (los «simulacros» en Baudrillard), con una mirada filosófica donde las pantallas nos hablan de una era del vacío (Lipovetsky) y donde la cultura se ha regido bajo nuevos parámetros, en los que se privilegia lo efímero y lo tecnológico como «enjambre» (Byung Chul-Han). Esta metáfora supone dos espacios diferentes, un espacio real donde las cosas «eran cosas» y donde todo era «sólido», y un mundo «líquido», una metáfora de «estados» donde todo se transforma continuamente y donde la estabilidad es un rasgo atípico. La tecnología se observa como parte de un sistema más amplio, de consumo, dependiente y dominada por el dinero, el mismo que permite una interacción simbólica entre individuos y lo social.

Una tercera forma nos convoca desde la economía a la «era del acceso» (Rifkin), nos demuestra cómo el mercado puede hacer y construir sociedades más eficientes gracias a la tecnología, cómo el trabajo y el poder mundial cambiarán. La perspectiva económica observa la tecnología como utilidad, como bien de transacción, como posibilidad de renta extraordinaria. Tanto los difusores como los críticos asumen los postulados de un determinismo económico que perfectamente da cuenta de todos los aspectos. Se habla aquí de la desigualdad de la brecha digital, de cómo promover la alfabetización digital, de cómo generar inserción en nuestro propio mundo.

Una cuarta forma aborda la tecnología como racionalidad y cambio social. Habermas, en su discusión con Luhmann, explica lo tecnológico no desde la lógica de los sistemas sino más bien desde una función técnica, una racionalidad y una ética de las sociedades. La tecnología como racionalidad instrumental y estratégica en estos planteos asume un aspecto prioritario. No se trata de pensarla como relación entre sistemas sino como un resultado constitutivo de una civilización.

Por último, en una quinta forma, en términos sintéticos, se aborda la tecnología desde la teoría de la información y las matemáticas. Todo contenido que sea digital automáticamente puede ser cuantificado, numerado, procesado en un sistema de indicadores, mediciones, y así observar resultados, tendencias, probabilidades. Es decir, la tecnología potencia aquí los márgenes de una historia de la probabilidad y de la estadística. El programa del materialismo

se encuentra desbordado. Utiliza un recurso fundamental para evaluar díadas y tríadas, relaciones entre usuarios, reputación y seguidores. Con una mirada económica, esta perspectiva aparece cercana al marketing, esta perspectiva de lo comunicacional reduce lo tecnológico a la probabilidad de un sistema de coincidencias. Se trata aquí de evaluar comportamientos, actitudes, preferencias y elecciones. Lo importante aquí es el resultado y la eficacia, cómo persuadir públicos y «blancos», lograr convencer y mejorar en su propio negocio. Si todo es información, reduzcamos el error, segmentemos y hablémosle «directamente» a los «públicos personalizados». Llegamos así a la pregunta central.

¿Cuál es la pertinencia desde la *semiótica* al abordar la redes, en especial aquí la red social Facebook? ¿Por qué, se preguntó, la red social era usada por sus amigos de la vida cotidiana como un mundo real *paralelo*, no posible, sino factual? ¿Por qué allí el contrato no era (si verdaderamente no lo era) ficcional, o bien era asumido como existente, con *efectos* en el mundo verdaderamente real? ¿Cuál era la cuestión estética?

FIGURACIONES

En 1983, por primera vez en la historia de la emblemática revista *Time*, su tradicional portada referida a la «Persona del año» (*Person of the year*), de la que participaron personalidades políticas como Gandhi, Nelson Mandela o Martin Luther King, representaba esta vez a un artefacto, cambiaba su título por «La máquina del año» (*The machine of the year*). Ilustraba la portada inéditamente a dos esculturas como si fueran humanos en posición de proximidad, cada uno con su propia computadora.

La computadora era situada por el medio como persona del año a nivel internacional. Esta representación que situaba a las computadoras en un espacio de intimidad, contrastaba con una relación de otras figuraciones anteriores, únicamente relacionadas a «la sociedad».

Como se observa en las Figuras 1 y 2, las tapas de 1968 y 1973 exhiben una asociación de las computadoras con a) funciones mecánicas, funciones relativas a los medios de comunicación y a procesos automatizados (impresiones, ope-

raciones comerciales), o bien, b) correspondencias con un mundo fantástico, donde las máquinas asumían el rol de las persona

En 1983, las figuras de los seres humanos, representadas en esculturas, se asumen de manera similar a las computadoras como «objetos». En las tapas anteriores consideradas, los humanos mantenían sus funciones y eran ayudados (1968) o bien eran parte de un discurso social sobre la tecnología y la fantasía. El último hito que debido a la extensión del análisis se presenta aquí refiere a la tapa de *Time* de 2007, en la que la «Persona del año» esta vez está señalada en la segunda persona del singular. «Yes, you. You control the Information Age. Welcome to your world», afirma la tapa de la revista. Se dirige al público (podría señalar al usuario) pero el mensaje en concreto está identificando a la computadora. Este cambio en el discurso es crucial: existe una transformación en la representación de la relación entre la sociedad y el individuo.

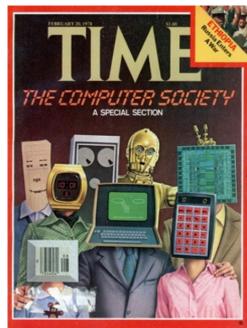


Figura 1. (izquierda)

Figura 2. (derecha)

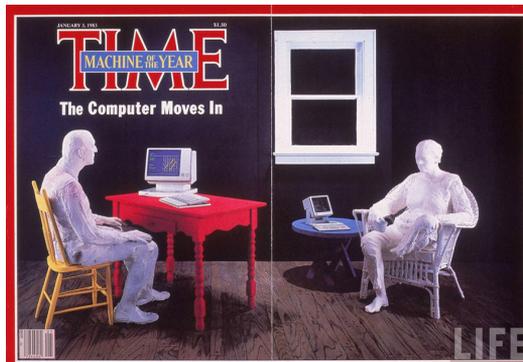


Figura 3.



Figura 4.

En 40 años, se produjo la disociación de lo tecnológico de los universos simbólicos que remitían a lo fantástico a una narración ficticia para asumirse como «hito» (1983) o bien como dispositivo que interpela a un uso estrictamente individual, para pasar a una identificación de la computadora que *conversa* con el individuo.

A modo de hipótesis, el abordaje de la evolución de los sistemas de tecnología deben considerar los discursos sociales, las estrategias enunciativas y los discursos socialmente relativos a lo tecnológico y sus usos posibles. Tal vez allí radicaba la pertinencia del objeto semiótico. Estos pasajes de lo social a lo individual coincidían con una mayor personalización del uso técnico de los dispositivos, mayor extensión y alcance en el acceso y mayor relevancia de otros subsistemas sociales al valor de la tecnología. La «edad de la información» como «mundo» individual supone una discursividad previa, construida en otro sitio, pero recuperada en una revista de alcance y relevancia global.

La metáfora de las figuras humanas como esculturas resulta productiva dado que supone un problema de observación. ¿Quién está observando a quién? Al interior de las computadoras, las infografías, los números y colores revelan actividad, movimiento. En contraste, las obras están pasivas, son parte del mundo—otro que ahora los observa a ellos. Esta observación implica un desdoblamiento: una observación desde/en los medios sobre lo tecnológico, pero también una observación desde lo tecnológico sobre el mundo—otro, el que también está integrado por seres humanos, incluso por el mismo destinatario en el caso de la tapa de 2007 que hemos analizado.

Lo que opera en el significado de las esculturas es la noción de *trabajo cualitativo*, una disposición diferente del objeto, hay un trabajo humano sobre las figuras. Un trabajo de un autor ausente también para las computadoras encendidas. Dilucidar este autor, una intencionalidad latente a la que se adjudica una materialidad, la forma de presentación, será obra del próximo apartado.

DISCURSOS

La transformación en las figuraciones de *lo tecnológico* implicaba, como hemos visto, que en los soportes, en las plataformas, se observen modificaciones estilísticas. En estas reformulaciones, en el discurso de presentación de Facebook se construyen diversas estrategias discursivas a partir de la incorporación de nuevas posibilidades para los usuarios. Facebook se lanza un año antes de la tapa última referida de Time, se inicia después del cambio de milenio.

El 20 de septiembre de 2006 se produce oficialmente el lanzamiento de Facebook.com. Lo que aquí nos interesa, más allá de la narrativa de cómo surgió el sitio y de la historia de sus fundadores, es de qué modo el sitio se presentó a sí mismo desde un comienzo. Para ello, se seleccionaron variantes a partir de una selección para cada mes en el período comprendido entre 1998 y 2016, a través de las capturas de pantalla del ingreso a la plataforma.

Sobre un total de 80 905 capturas, se analizaron mes por mes las variaciones y se eligieron más de 20 capturas a los fines de exhibir una síntesis del proceso.

La descripción de la pantalla de acceso a la plataforma resulta clave dado que allí es donde debe iniciar su ingreso todo posible usuario, tanto para ingresar a la red social o para registrarse. Estas condiciones inciden sobre las modalidades que asumirá el contrato de lectura/uso. A lo largo del análisis, se identificaron tres etapas:

a > *Etapa de acceso limitado*. Se presenta como «directorio online». Se amplía el acceso de escuelas a lugares. El propio sitio reconoce la necesidad de expandirse. Se brinda información explícita sobre los usos de Facebook. Para el registro, el navegante debe ingresar a otra pantalla. Se utiliza un formato horizontal. Existe una correspondencia en la organización con un formato tabloide en periódicos.

b > *Etapa misional (marca)*. La plataforma se presenta vacía de referencias externas. Simplifica su presentación y se define discursivamente a través de su misión. Esta versión simplificada brinda la posibilidad de registro con campos, aparece el formulario que persistirá hasta la actualidad. Se desarrolla el concepto de «amigos».

c > *Etapa de acceso continuo y expansión*. Facebook se presenta en su discurso como una aplicación que puede ser descargada en dispositivos móviles. La pantalla

de acceso se simplifica, brinda información sobre las novedades de la plataforma a modo de aviso. Mantiene el formulario de registro para nuevos usuarios y brinda opciones para seguir conectado a quienes son usuarios frecuentes.

Estas etapas se analizaron a partir de tres aspectos discursivos: 1) la presentación de sí, b) los usos de la plataforma y c) los cambios en el diseño.

En la siguiente tabla se exhiben los cambios para cada uno de ellos, a saber:

<p>1. DEFINICIÓN DE SÍ</p> <ul style="list-style-type: none">> Online directory (2005–2006)> Social utility (2006–2008)> Facebook helps (2008–2016)
<p>2. USOS DE LA PLATAFORMA</p> <ul style="list-style-type: none">> <i>You can use Facebook</i> (2005–2008). Descripción explícito de usos.> Facebook helps (2008–). Descripción de una misión global.
<p>3. CAMBIOS EN DISEÑO</p> <ul style="list-style-type: none">> Ubicación de la Opción de Ingreso. De panel derecho a panel superior. Opción de ingreso en Pan de Registro.> Aparición del Formulario de Registro. Con cambios en campos del formulario acorde a tecnologías y formas de acceso.> Avisos de uso de información / Normas de privacidad al momento del registro.> Aparición de avisos de recursos de la plataforma en espacio destinado a la presentación de sí.> Utilización del menú inferior de base para ampliar opciones de ingreso a secciones sobre la plataforma.> Indicaciones dentro de los campos.> Registro. Del texto como «Sign Up» al Botón en verde. Aparición del concepto de «cuenta».

Para estos cambios observados en el diseño, a continuación se presentan algunas láminas con momentos diferentes que asume la presentación, a modo de ejemplos.



Figura 5.



Figura 6.

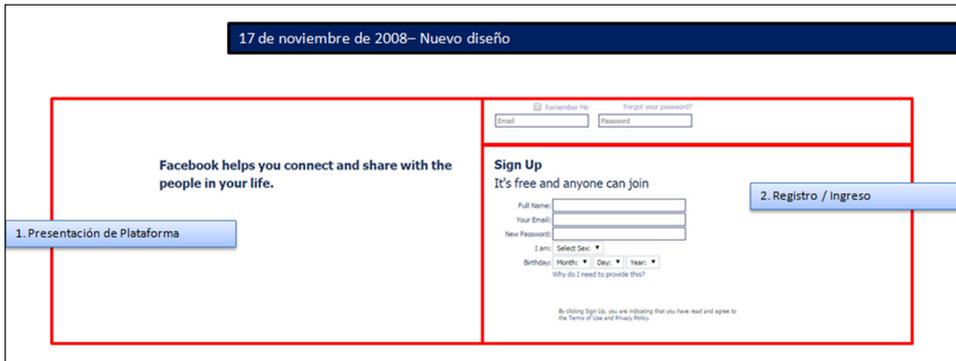


Figura 7.

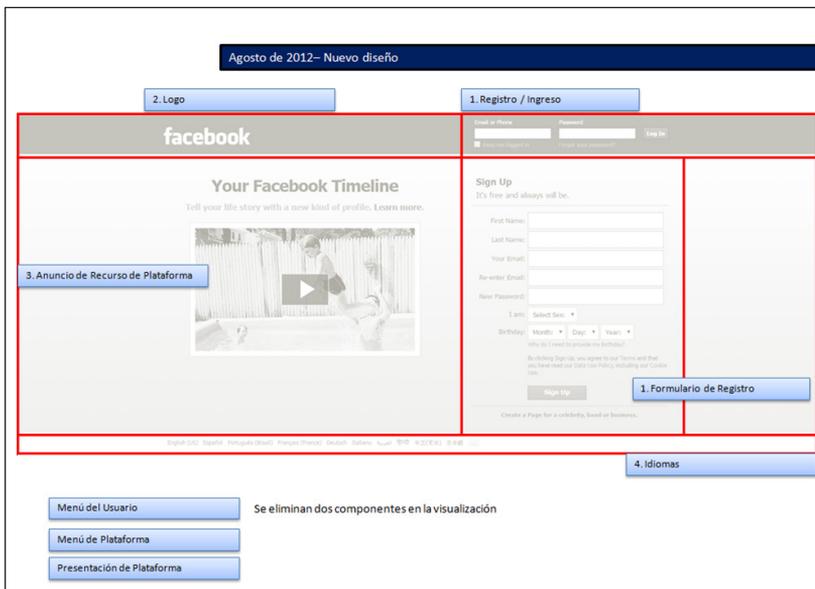


Figura 8.

¿Por qué estos objetos se encuentran en constante evolución en su *composición*, con cambios en su presentación, en cómo definen sus usos?

¿Integran una colección de invariantes que disponen de una propia temporalidad? ¿Cuál es el *desfase* temporal entre estas escenas de interacción y los usos cotidianos de estos dispositivos? ¿Cuál es la lógica de intercambio? ¿En qué medida la plataforma integró recursos posibilitando una interacción entre mundos? Avancemos en esta pregunta.

MUNDOS

Karl Popper y John Eccles (1977) establecieron una distinción tripartita, necesaria al momento de referirse a los estados físicos y mentales. Polémica, la distinción señaló que existen tres mundos: primero está el mundo físico, el universo de las entidades físicas¹ («Mundo 1»); en segundo lugar está el mundo de los estados mentales, incluyendo entre ellos los estados de conciencia, las disposiciones psicológicas y los estados inconscientes («Mundo 2») y un tercer mundo, el mundo de los contenidos del pensamiento y de los productos de la mente humana («Mundo 3»).

Esta diferenciación requiere centrar la atención en el tercer elemento:

Por Mundo 3 entiendo el mundo de los productos de la mente humana, como las historias, los mitos explicativos, las herramientas, las teorías científicas (sean verdaderas o falsas), los problemas científicos, las instituciones sociales y las obras de arte.

¹ Se debe considerar que K. Popper establece una reseña sobre la evolución del determinismo fiscalista. Pero al mismo tiempo advierte: «La tesis determinista resulta intuitivamente muy convincente —si nos olvidamos de nuestros propios movimientos voluntarios— en la medida en que los átomos se consideren como cuerpos rígidos indivisibles (si bien Epicuro introdujo un atomismo indeterminista). Mas la introducción de átomos compuestos y partículas subatómicas, como los electrones, sugirió otra posibilidad: la idea de que las colisiones atómicas y moleculares pueden no poseer un carácter determinista. En nuestra época, Charles Sanders Peirce, quien subrayaba que hemos de suponer el azar objetivo a fin de comprender la diversidad del universo. Lo mismo puede decirse de Franz Exner. La respuesta a Laplace consiste, brevemente, en decir que la física moderna acepta la existencia de sucesos objetivamente aleatorios y de probabilidades o tendencias objetivas» (1977: 25).

Los objetos del Mundo 3 son obra nuestra, aunque no siempre sean el resultado de una producción planificada por parte de hombres individuales. (Popper, 1977:43)

En la justificación del Mundo 3 los autores esbozaron tres argumentos: a) Los objetos del Mundo 3 son abstractos (aún más abstractos que las fuerzas físicas); pero incluso así, son reales, b) los objetos del Mundo 3 poseen efectos sobre el Mundo 1 solo a través de la intervención humana, la intervención de sus creadores; «más concretamente, poseen dichos efectos gracias a que son captados, lo que constituye un proceso del Mundo 2, un proceso mental o, más exactamente, un proceso del Mundo 2, un proceso mental o, más exactamente, un proceso en el que entran en interacción los Mundos 2 y 3; y c) «hemos de admitir la realidad tanto de los objetos del Mundo 3 como de los procesos del Mundo 2».

MUNDO 3 (los productos de la mente humana)	(6) Obras de arte y de ciencia (incluyendo la tecnología) 5) Lenguaje humano.
MUNDO 2 (el mundo de las experiencias subjetivas)	Teorías acerca del yo y de la muerte (4) Conciencia del yo y de la muerte (3) Sensibilidad (conciencia animal)
MUNDO 1 (el mundo de los objetos físicos)	(2) Organismos vivos (1) Los elementos más pesados, líquidos y cristales (0) Hidrógeno y helio

Tabla 1. Descripción de los mundos (Popper, 1977).

Jesús Mosterín, catedrático de Lógica en la Universidad de Barcelona, sostiene que:

según Popper una gran parte de la tradición filosófica occidental ha sido dualista, distinguiendo el mundo material de los objetos y estados físicos del mundo mental o psicológico de los estados de conciencia (o de las disposiciones conductuales) pero olvidándose de ciertas realidades que no caen ni en uno ni en otro, como los contenidos objetivos del pensamiento. (1978)

Popper cita a Platón, los estoicos, Bolzano y Frege.

Un aspecto a destacar de esta concepción radica en su productividad teórica: siguiendo a Mosterín, si bien en la mayoría de sus trabajos Popper circunscribe el Mundo 3 a objetos relativos al mundo de la cultura, también ha extendido esta noción al campo de las ciencias naturales. «El conocimiento objetivo consiste en el contenido lógico de nuestras teorías, conjeturas, suposiciones y, si queremos en el contenido de nuestro código genético)». Si las proposiciones son expresadas o posibles será otra cuestión que no pareciera dilucidarse: «el tercer mundo es el mundo de los inteligibles o de las ideas en sentido objetivo; es el mundo de los objetos posibles de pensamiento: el mundo de las teorías en sí, y sus relaciones lógicas; de los argumentos en sí y de las situaciones de problemas en sí», al mismo tiempo (...) «aunque obra humana... el tercer mundo es sobrehumano en el sentido de que sus contenidos son objetos de pensamiento virtuales más bien que actuales y en el sentido de que sólo un número finito de la infinidad de objetos virtuales que pueden llegar a ser objetos de pensamiento».²

Siguiendo la distinción observada, la plataforma Facebook construye a través de diversas estrategias discursivas un modelo de representación del Mundo 2 en el Mundo 3. Brinda recursos a los usuarios y diseña especies de configura-

² Susan Haack establece una comparación entre el trabajo de Peirce y el de Popper en *Dos falibilistas en búsqueda de la verdad*. La autora sostiene que «tanto Peirce como Popper se ocupan de la teoría del conocimiento científico. Peirce recalca la importancia de su formación en química y física para sus opiniones filosóficas, al indicar que él está «empapado por los cuatro costados del espíritu de las ciencias físicas» (CP 1.3). Popper relata que él se acercó a los estudios metodológicos a través de las reflexiones sobre las teorías de Freud, Marx y Adler.

ciones individuales dotadas de intención estética, construye la ilusión de poder «enunciar» estados mentales, la ilusión de alcanzar la posibilidad de que efectivamente (en algún sitio) exista una linealidad entre lo dicho y lo pensado, es decir, busca hacer corresponder un estado mental a una manifestación como producto cultural. En tanto es producto puesto en circulación, producto de selecciones de información, opciones y decisiones, producto investido de sentido.

Si asumimos completamente esta hipótesis dejaríamos de lado la existencia de un desfase entre las condiciones de producción y las condiciones de reconocimiento. Asumir que los dispositivos no tienen un desarrollo y una evolución en un entorno cultural.

Isomorfismos: del mismo modo que operan las lógicas de los sistemas sociales, estas formas se reproducen en la esfera de los sistemas socioindividuales: los efectos de las operaciones cognitivas se orientan a vincular sus «estados» del mundo a una realidad socialmente construida, una correspondencia entre coordenadas entre una posición y visión del mundo subjetivo y variables que operan (en incertidumbre) sobre lo que efectivamente sucede «allí afuera», una percepción de lo social, del orden social posible.

OPERACIONES

En «Apertura, Información, Comunicación» publicada en *Obra abierta* (1967), 50 años atrás, Umberto Eco anticipaba una paradoja clave con relación a la teoría de la información: la cuestión estética. Esta paradoja consiste en que

el concepto matemático de información no es aplicable al mensaje poético ni a ningún mensaje en general, porque la información (como entropía y copresencia de todas las posibilidades) es una propiedad de la *fuentes* de los mensajes: en el momento en que se filtra esta equiprobabilidad inicial, se tiene selección y, por tanto, orden y, por tanto, significado. (1967:145).

Sin embargo, al mismo tiempo, si bien desde algunos enfoques teóricos la aplicación lineal de la teoría de la información a los seres humanos podía

convertirse en una teoría de la comunicación, Eco establece una diferenciación necesaria con respecto al momento de recepción. Veamos:

en el momento en que nos enfrentamos con el problema de la transmisión de la información entre seres humanos, la teoría de la información se convierte en *teoría de la comunicación* y el problema consiste en ver de qué manera pueden aplicarse a la comunicación humana unos conceptos aportados por una técnica de medición cuantitativa de la información, a nivel de intercambio físico de señales consideradas independientemente de los significados que transmiten. (Ibídem)

una vez que un ser humano recibe las señales, la teoría de la información no tiene ya nada que decir y cede el puesto a una semiología y una semántica, puesto que se entra en el universo del significado (que es el «significado» del cual se ocupa la semántica y que no coincide con la noción de «significado» como «trivialidad» de que se ocupa la teoría de la información. (147)

La perspectiva de Eco resulta fundamental aquí dado que advierte que son los mensajes ambiguos los que infunden desorden en el código, en el orden superpuesto al desorden entrópico de equiprobabilidad de partida, o sea, de la fuente.

Es así como refirió a dos líneas de desarrollo de una «apertura del conocimiento»: por una parte, el desenvolvimiento «interpretado en términos psicológicos, el placer estético —como se realiza frente a toda obra de arte— se basa en los mismos mecanismos de integración y completamiento que resultaron típicos de todo proceso cognoscitivo» (154-155). Por otra parte el problema de las poéticas contemporáneas que el de dar énfasis a estos mecanismos y hacer consistir el goce estético no tanto en el reconocimiento final de la forma como en el reconocimiento de aquel proceso abierto continuamente y que permite aislar siempre nuevos perfiles y nuevas posibilidades de una forma. Se trata de la que llamábamos «apertura de segundo grado» (155). Esta «obra abierta» como proposición de un

«campo» de posibilidades interpretativas, como configuración de estímulos dotados de una sustancial indeterminación, de modo que el usuario se vea inducido a una

serie de «lecturas» siempre variables; estructura, por último, como «constelación» de elementos que se prestan a varias relaciones recíprocas. (172-173)

Desde otras perspectivas teóricas, lo ambiguo ha constituido un aspecto fundamental para el esbozo de una mirada centrada en la Teoría General de los Sistemas Sociales.

A las distinciones entre percepción/comunicación y operación/observación, Niklas Luhmann aborda la distinción medio/forma. Esta distinción es aplicada como ejemplo al campo del arte. Para explicarla, Luhmann refiere al aco-
plamiento laxo (pluralidad abierta de posibles conexiones) el que «se puede comprender desde la dimensión objetiva como desde la dimensión temporal. Desde el punto de vista objetivo, el medio hace posible la pluralidad de aco-
plamientos rígidos, de tal suerte que el establecimiento de forma requiere de selección. Desde la dimensión temporal a menudo se entiende el medio como la condición de posibilidad de las transferencias.» (Luhmann, 1995:174). Como bien afirma el sociólogo alemán:

observadas a través del esquema medio/forma todas las formas aparecen como ac-
cidentales. O dicho de otra manera, ninguna de ellas expresa la «esencia» del medio,
una versión más para señalar que lo decisivo está en la distinción medio/forma; se
trata de dos lados que no pueden imaginarse como separados».

Y concluye que «en el medio del sentido no existe finitud sin infinitud».

Nos interesa en este punto la pregunta que se realiza el autor sobre cómo el arte es posible como comunicación. Para Luhmann, la «llave» a esta pregunta está en las relaciones de observación producidas intencionalmente. Y aquí se encuentra un concepto clave: la distinción. El medio despacha hacia el sentido como procesamiento selectivo.

El «unmarked space» se hace indispensable como el lado que señala las infinitas posibi-
lidades —y no puede ser fijado en ningún lugar—. En la obra de arte, el comienzo del
trabajo consiste en el paso que conduce del «unmarked space» al «marked space» y que
crea el límite al cruzarlo. Spencer Brown llama a esto: «drawing a distinction». (2005:196)

El medio del arte hace posible la creación de formas, además de volverlas improbables: siempre mantiene a disposición otras posibilidades, y pone así de manifiesto que todo lo que se fija es contingente. Esta improbabilidad se enfatiza todavía más cuando se excluyen los fines y la utilidad de la vida cotidiana como hilos conductores de la observación.

Esta improbabilidad que refiere Luhmann resulta fundamental para pensar los tres modos de razonamiento lógico que establece Charles Sanders Peirce.

Charles Sanders Peirce define el razonamiento como «el proceso mediante el cual alcanzamos una creencia que consideramos el resultado del conocimiento previo». Ahora bien, el lógico y fundador de la semiótica sostiene que existe una diferencia entre el razonamiento demostrativo, o demostración y el experiencial. Veamos el siguiente fragmento, en el que caracteriza el segundo:

Pero con respecto a las creaciones de nuestra propia imaginación, la experimentación es muy práctica. Los ensayos pueden repetirse rápidamente y con muy poco costo, y al hacerlo con mucha frecuencia nos volvemos tan expertos en ello que la probabilidad de error se reduce a un punto en el que aquellas personas que sólo hacen distinciones duales, y que clasifican las cuestiones en aquellas de las que *sabemos positivamente* las respuestas y aquellas de las que *adivinamos* las respuestas, prefieren clasificar nuestro conocimiento de tales inferencias como una certeza positiva. La verdad es que la certeza positiva es inalcanzable para el hombre. ¿Está usted seguro de que dos más dos son cuatro? No, en absoluto. Un cierto porcentaje de los miembros de la raza humana son locos y están sujetos a ilusiones. Puede ser que usted sea uno de ellos y de que su idea de que dos más dos son cuatro sea una noción demente, y que su aparente recuerdo de que otras personas piensan así sea «la infundamentada edificación de esta visión». O puede ser que, ordinariamente, dos más dos sean *cinco*, pero que cuando alguien lo suma, esa operación pueda tener el efecto de reducirlo temporalmente a *cuatro*. (Peirce, 2012:76-77)

Al referir a Peirce, Popper (si bien mantiene diferencias en sus posiciones), destacó del lógico norteamericano que fue el primer físico y filósofo posnewtoniano que tuvo la osadía de sostener que todos los relojes son nubes hasta cierto punto; o en otras palabras, que «solo existen nubes, aunque éstas puedan poseer

diversos grados de nubosidad» (1965:199). Popper establecía en un mismo ordenamiento dos puntas opuestas: los relojes de un lado, las nubes del otro. La conclusión expuesta donde reivindica el pensamiento de Peirce resulta clave.³

En Facebook se presenta una serie de encadenamientos de «estados» publicados en el Newsfeed que se «suponen» al azar, están allí por razones «ocultas» a quién esté usando la computadora o el dispositivo móvil. Afirmar que responde a un algoritmo puede ser un buen razonamiento demostrativo, aunque en la experiencia sea vivido como un acontecer espontáneo, el «juego» radica en pulsar una y otra vez «Inicio» y volver a comenzar la búsqueda.

Este «escaneo» del mundo «publicado» va apareciendo en función de la carga y velocidad de conexión. Pero de lo que aparecerá o no allí existe absoluta incertidumbre.

Lo inductivo y deductivo opera en función de los perfiles (con respecto a las personas) y a los comportamientos (con respecto a los usuarios). Llegamos al eje crucial: la abducción. La actualización de «estados» (existe información, sino embargo no es información estructurada para ser masiva dada la elección de públicos), opera en función de mecanismos ajenos a la idea naturalizada de navegación. Lo que «aparece» allí, es lo que se publicó en otro sitio, del cual estoy accediendo a una «vista» de ese original que integra otro conjunto: la biografía de los «estados» del Fanpage o del usuario individual.

Es momento de establecer entonces una diferenciación: la plataforma brinda un espacio determinado para la configuración de elecciones y «notifi-

³ En *Sobre nubes y relojes* (1965): «Mis nubes pretenden representar los sistemas físicos que, como los gases, son altamente irregulares, desordenados y más o menos impredecibles. Supondré que tenemos ante nosotros un esquema u ordenamiento, a la derecha, podemos colocar un reloj de péndulo, un reloj de precisión, que intenta representar los sistemas físicos regulares, ordenados y de comportamiento altamente predecible». «Por otro lado, hablamos de “precisión propia de un mecanismo de relojería” para describir fenómenos muy regulares y predecibles». Peirce concluía que «tenemos plena libertad para suponer la existencia de una cierta holgura o imperfección en todos los relojes, lo cual permitía introducir un elemento de azar». Por lo tanto, conjeturaba que el mundo no solo estaba estrictamente regulado por las leyes newtonianas, sino que, a la vez, estaba dominado por leyes de azar, aleatorias o de desorden: por leyes de probabilidad estadística. El mundo se convertía así en un sistema trabado de nubes y relojes de tal modo que incluso los mejores relojes mostrarían cierto grado de nubosidad en su estructura molecular.

caciones», las que permanecen ancladas a un *tiempo de la red*. Este tiempo de la red («hace 5 minutos», «hace 2 minutos») refiere al tiempo en el que fue publicado. Memoria automática mantiene los «estados» como «notificaciones»: la regularidad, lo exacto del reloj de Popper vive aquí, todo es observado. Las «actividades» de la memoria se anclan en acciones: gustar (único verbo que nunca asume el pasado), compartió, publicó. (Ver Listado 1, en p. 68).

No se trata aquí de observar la lógica de relaciones que desarrolló Charles Sanders Peirce. Solamente advertimos las formas lógicas de intercambio, la existencia de diversas modalidades, lo que será parte de otro estudio. Lo que nos interesa es el rasgo cualitativo del dispositivo, no se trata solamente de «interacciones» entre usuarios, se trata de intercambios de objetos de interacción; objetos que prediseña la red para ser utilizados con una intencionalidad.

«Me gusta», «Compartir», «Publicar», «Comentar», entre otros, son objetos de interacción en el tiempo de la red, objetos para los actores de la interacción. De estos objetos, en reconocimiento se busca adjudicar una linealidad o una probabilidad. Es en tanto estos objetos son medibles, la interacción puede ser clasificada y resultar de interés para que la plataforma brinde servicios publicitarios.

Las primeras publicaciones referidas a las computadoras y los procesadores de texto advertían los cambios en las empresas, dado que los asistentes podían entrar en batalla contra los ordenadores. Cuando Facebook recuerda, brinda información sobre los eventos pero también sobre los «amigos», quiénes han sido invitados. No solo se trata, como hemos visto, de un «recuerdo» o momento personal (operando como la memoria de las publicaciones) sino que aquí resulta como una forma de ayuda a la memoria, un ayudante.

<p>OPERACIONES</p>
<p>NOTIFICACIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> > Publicar (publicó en, publicó un artículo en venta en) / publicaron. > Gustar (le gusta tu comentario: (...)). > Compartir (compartió la publicación de, el evento de, un enlace). > Agregar (agregó una foto en, evento, X te agregó al grupo público a, X agregó un evento nuevo cerca de ti). > Cambiar (cambió la foto de perfil, cambió la hora de un evento). > Invitar (te invitó a un evento, a indicar que te gusta su nueva página). > Comentar (compartió un enlace, una publicación). > Actualizar (actualizó su estado).
<p>SOLICITUDES DE AMISTAD</p> <ul style="list-style-type: none"> > Enviar (solicitud de amistad). > Eliminar (amigos) / sin notificación. > Bloquear (amigos) / sin notificación.
<p>MENSAJES</p> <ul style="list-style-type: none"> > Marcar (mensajes como leídos). > Nuevo mensaje (enviar).
<p>EJEMPLOS DE RELACIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> > «A x le gusta su publicación en su muro (...).» > «A x le gusta tu comentario: (...).» > «X publicó un artículo en venta en Z.» «X te invitó a su evento: (...).» «Compartió tu foto.» «El 6 de septiembre fue el cumpleaños de X y 13 amigos más.» «X compartió el evento de (...) contigo: (...).»

Listado 1. Descripción de operaciones.

LISTAS

En la escena del Newsfeed se construye un espacio heterogéneo, distinto para cada usuario. La visualización del espacio resulta «espontánea». Se puede establecer una semejanza con el concepto de enumeración caótica que señala Umberto Eco:

una enumeración conjuntiva reúne cosas distintas cuyo conjunto adquiere coherencia porque son vistas por el mismo sujeto o consideradas en un mismo contexto; la enumeración disyuntiva, por el contrario, expresa una ruptura, una especie de esquizofrenia del sujeto que percibe una secuencia de impresiones disparatadas a las que no logra proporcionar unidad alguna.

Lo caótico convoca a la curiosidad, al descubrir los más recientes. No es la novedad llamada por el anticipo, la predicción. En estos encadenamientos caóticos no hay una lógica de atribución causal: las cosas están allí por obra de un autor que desconozco cómo y en qué condiciones reunió todo este mundo ante mí.⁴

¿Qué era sino el Caos lo que reunía una publicidad de la auténtica comida asiática con la publicación de un usuario que compartía un mensaje como placa: «¿Sabés lo que es cariño? Es tocar con respeto el alma del otro.» ¿Era producto del azar? ¿Las preferencias del usuario también afectaban la visualización? ¿Quién está pensando en diagramar encadenamientos verticales absolutamente incoherentes?

⁴ Umberto Eco concibe una forma particular: la enumeración caótica, «en las que el autor se complace en representar lo absolutamente heterogéneo». Eco considera como precursor a Rabelais, pero encuentra otros precedentes anteriores: La cena de Cipriano (que vivió en el siglo III d.C.) en la que aparecen todos los personajes bíblicos en actitudes completamente absurdas en el transcurso de una fiesta. Otro de los antecedentes Eco lo encuentra en *El barco ebrio* de Rimbaud, y allí establece una distinción entre enumeración conjuntiva y enumeración disyuntiva.



Figura 9. Captura de pantalla del Newsfeed.



Figura 10. Captura de pantalla del Newsfeed.

¿O bien, como el detective de Holmes, debía buscar como *lector* cierta coherencia en estas asociaciones? ¿O tan sólo *transitarlas*? ¿Esta pintura realmente se dirigía a mí, quería decirme «cómo confundir a un idiota»? ¿Cuál era la relación de proximidad con el objeto siguiente, por qué estaban allí reunidas en una misma *colección en movimiento*?

¿Cómo compaginar como refiere Eco, listas de «significado» con listas de «significantes»? Lo seguro es que el lector debe ingresar al Caos como un personaje. Cada publicación que realice será incorporada al repertorio *delirante*. El observador tiene dos posiciones: una cuando recorre la «cinta», «ve» más del mundo de «estados» asociados y la segunda cuando su propio «estado», forma parte del discurso de la aparentemente incongruente entre lo individual y lo social.

Es ésta la paradoja de los conjuntos no normales:

el vértigo que experimentó en su momento Frege frente a la objeción del joven Russell. Se considera que un conjunto es normal cuando no se contiene a sí mismo. El conjunto de todos los gatos no es un gato, sino un concepto, y podríamos representar la situación como en la figura 1, en que la G mayúscula es el concepto de gato que reúne a todos los individuos g, gatos reales que existen o que han existido o que existirán. Hay, no obstante, conjuntos (llamados no-normales) que son elementos en sí mismos. Por ejemplo, el conjunto de todos los conceptos no es un concepto y el conjunto de todos los conjuntos infinitos es un conjunto infinito. Por tanto (entendiendo por X el conjunto y por x sus elementos) deberíamos representar esta situación como en la figura 2.

Ahora bien ¿cómo es el conjunto de los conjuntos normales? Si fuese un conjunto normal y se presentara como en la figura 1, tendríamos un conjunto incompleto, porque no se clasifica también en sí mismo. Si fuese un conjunto no normal y se presentase como en la figura 2 tendríamos un conjunto ilógico, porque entre todos los conjuntos normales habríamos clasificado también un conjunto no normal. De ahí la paradoja que se produce. (2012:196)

Llegamos así a los juegos de regulación de lo visible/invisible, como analizaremos en breve, mediación necesaria para controlar la exhibición.

VISIBLE/INVISIBLE

Ya en otro trabajo se han identificado las estrategias de construcción del dispositivo a través de la validación de metáforas. En esta misma línea, es tiempo de abordar un elemento clave: nos referimos a un repertorio de opciones relativos al problema de la destinación. Lo visible/invisible se configura como el límite de lo posible en la interacción. Ningún usuario puede actuar con lo invisible: sólo lo visible tiene existencia. Como se observa en la imagen, alguien nos pregunta: «¿Qué estás pensando?» «¿Quién debería ver esto?» Existe en este punto una modalidad deóntica, un deber «ver» o «no ver».

La administración de los tipos de modalidades en las publicaciones es el claro ejemplo de cómo la red social intenta brindar márgenes de certidumbre sobre las condiciones de «reconocimiento». La red social construye (como se verá más adelante) un discurso estratégico sobre una posibilidad de ajuste, de personalizar y condicionar el reconocimiento de lo que otros pueden ver. Este ajuste opera sobre la determinación de públicos. Al igual que en los formatos publicitarios, los usuarios individuales pueden «personalizar» los destinatarios del mensaje. En síntesis, un «pensamiento» es un «estado» que «debe ser visto» por un destinatario. Así se construye una metáfora crucial: ver los estados de pensamiento. Ahora bien, esta proposición no puede concretarse sino a través del lenguaje, alguien debe decir y dirigirse hacia alguien. La opción «Público» conlleva una relación entre sistema y entorno (cualquiera dentro y fuera de Facebook). La opción «Amigos» se restringe a las amistades «de» Facebook y «Solo yo» al usuario que está publicando.

Por lo tanto, los estados no públicos ¿son publicaciones? Si bien integran el espacio biográfico del usuario (función agregativa), no se incorporan como publicaciones en el Newsfeed en reconocimiento de otros, lo que impide un conjunto de operaciones de interacción. Así, la respuesta a las preguntas iniciales del estado («¿Qué estás pensando?») no involucran una actividad de escritura explícita, convocada desde la misma plataforma.

La metáfora de la publicación (la cual requiere operaciones de trabajo, escritura incluida) funciona en la selección de públicos o bien en el botón «publicar», pero no cuenta con ninguna correspondencia en caso que el usuario opte por restringir la visibilidad de las publicaciones.



Figura 11. Regulación de la visibilidad.

La amplitud de posibilidades en la destinación del mensaje («personalizado», «amigos excepto conocidos», «mejores amigos») permite establecer una apertura en los procedimientos de interacción entre usuarios en la construcción de complicidades, secretos de grupos u otros. Lo *no visto* (en tanto no dicho públicamente) puede ser administrado por el usuario. Llegamos así a una evidente diferencia: también en la vida cotidiana los seres humanos tendemos a seleccionar, elegir los marcos de interacción verbal y las situaciones donde deseamos expresar nuestras ideas. Los grados de visibilidad de los «estados» quedan sujetos a las decisiones que adopte el usuario en función de la privacidad que desea asumir para sus contenidos.

Lo visible/invisible opera como límite interno en la lógica de interacción socio-individual: es aquí donde se diferencian sistemas/entornos en los sistemas. Lo público, que ahora puede aparecer no solamente al interior de Facebook, establece una relación de la red social con un entorno diferente, establece un marco de relaciones que suministran informaciones de los usuarios hacia aden-

tro/hacia afuera. Desde el segundo nivel, los amigos «de» Facebook determinan un público que pertenece a la misma red, y del mismo modo la publicación «consigo mismo». ¿De qué manera puede incidir en reconocimiento las opciones de selección personalizada de destinatarios? ¿Qué estrategias de confianza/desconfianza asumen los actores en la vida cotidiana para integrar/no integrar en la red social los públicos personalizados?

Esta representación metafórica de una mediatización transparente de los «estados mentales» en muchos casos suscita comportamientos de usuarios que no conocen/reconocen las posibilidades de administrar y preservar su privacidad.

La mentira queda sujeta a la producción de lo visible en el reconocimiento en la red social: la comunidad de la red social es validada por una lógica de verdad de los «estados»: ningún «estado» no deja «huellas» y en ese recorrido «intencional» se «identifican» los actores: todo lo visible es del orden de lo existente. Lo invisible puede asociarse a la desconfianza, a motivos «ocultos» al pensamiento, a lo que «debería ser visto».

Si bien en distintos enfoques sobre la posmodernidad se aborda la cultura líquida o lo efímero, en ambos casos parecieran desconocerse las mutaciones y transformaciones históricas de las modalidades de interacción y representación de lo inteligible por parte de las sociedades, pero también por parte de los individuos. Aquí cumple un rol central la función de la memoria social, los mecanismos de representación de los recuerdos. La memoria como registro donde habita una historia social pero también una historia individual, de apropiaciones y desviaciones del sentido.

¿Podemos pensar una plataforma como Facebook, como plataforma en tanto una obra abierta colectiva,⁵ transformada y construida continuamente a partir de los intercambios de millones de usuarios? ¿Se ha convertido Facebook

⁵ Umberto Eco señala en *El vértigo de las listas* (2009) que «el catálogo de un museo es un ejemplo de lista práctica, que se refiere a objetos existentes en un lugar determinado, y en este sentido es necesariamente finita. Pero ¿cómo debemos considerar un museo en sí o una colección cualquiera? Excepto en los casos rarísimos de una colección que reúna todos los objetos de un tipo determinado (por ejemplo, todas, pero realmente todas, las obras de un determinado artista), una colección siempre es abierta y siempre podría enriquecerse con algún otro elemento. Especialmente si la base de la colección, como ocurría en el caso de los patricios romanos, los señores medievales o las galerías y los museos modernos, es el gusto por la acumulación y el incremento *ad infinitum*». (2009:165)

en un museo viviente? Es así como la cuestión estética puede conducirnos a pensar una metáfora posible: Facebook como un museo, un espacio y una forma de coleccionismo, de exposición y propaganda.

Antes de continuar, es necesario advertir la perspectiva de Niklas Luhmann con respecto al reconocimiento de una obra de arte en marcos institucionalizados:

para reconocer las obras de arte—lo cual hemos tratado ya ampliamente— la sociedad requiere de un contexto recursivo de observación que utilice estructuras identificables—estructuras que además hagan posible las reproducciones no idénticas. (1995:400)

La institucionalización del arte y el arreglo de la información adicional (exposiciones, etcétera) requieren, para las obras de arte, acompañarse de «discursos» (que copien, rechacen, renueven, ironicen sobre el arte), o en todo caso a la reproducción por parte de las obras de arte de un contexto de referencia que trascienda la obra particular. (401)

María Dolores Jiménez–Blanco ha identificado nueve conceptos que podrían caracterizar las épocas sucesivas de los museos a lo largo de la historia: *trofeo, maravilla, gusto, enciclopedia, identidad, canon, crítica y espectáculo*.

La autora señala una adaptación del concepto ilustrado al contexto contemporáneo, lo que significaría un cambio de óptica:

del museo formulador y emisor de significados se pasaría al museo como lugar de encuentro y diálogo, del museo como reivindicación de la cultura burguesa, al museo como plataforma de cohesión social; del museo como templo cerrado, al museo como espacio permeable y capaz de absorber todo lo que ocurre en la calle. (2014:14).

Esta adaptación no elude un diagnóstico en el que pareciera materializarse la perspectiva de André Malraux, donde el mundo se convierte en un gran museo: el museo sin paredes. Así es como la autora señala que «cualquier lugar relacionado con la cultura (entendido como un depositario de un conjunto de imágenes, pero también como definidor de comunidades y como lugar de reflexión y discusión conectado con todas las esferas de la vida) asume funciones antes asociadas al museo» (2014:16). Del mismo modo, el último concepto de «museo expandido»

le permite explicar que el mundo ya no se contempla a través del museo: el mundo es el museo. Y viceversa, el museo es el mundo. Todas las calles, plazas y lugares públicos, y todos los espacios privados, son potenciales museos, lugares donde convivimos con imágenes (fuesen creados con ese fin o no).

La analogía es una forma de isomorfismo.

Vincular modos de funcionamiento y lógicas de dos elementos con el requisito de medir correspondencias y réplicas en sistemas diferentes. Podemos pensar una red social como museo en su dimensión estética (reconocimiento), pero también como una calle (producción) o bien como un medio de información (circulación). Estas tres imágenes no están sugeridas de forma particular sino como complemento.

Lo que une este proceso es el trabajo agregado, es el aprendizaje cultural de largo plazo que sedimenta las gramáticas en producción y en reconocimiento. Las metáforas del museo, la calle y el medio de información se abordan aquí como metáforas de los momentos. La asimilación de la vía pública al momento de producción refiere al componente de «publicación», lo publicitario en las redes sociales se instrumenta a través de avisos y campañas. Operan similitudes en producción: estructuración de una campaña, un público objetivo y una administración efectiva de recursos. El mecanismo de aparición/desaparición a través del «Inicio» del Newsfeed brinda una incertidumbre de lo que será visto, allí comienza un infinito de lo que puede ser visto: es decir, salimos de la explicación determinista y ahora regula el azar. En esta metáfora conceptual, los «pasacalles» como antecedentes de la comunicación de uno a varios con un mensaje que desea ser expresado y con una dirección personalizada.

En circulación, la metáfora conceptual del «medio de información» consiste en la correspondencia con una selección de contenidos, con «notificaciones», «publicaciones» y procesos de selección de información en redundancia. El usuario adjudica una racionalidad al operador para una selección acorde a sus gustos y preferencias. Existe una fidelización del lector de «publicaciones», como se ha visto, desde un «nosotros exclusivo».

Por último, la metáfora del «museo» mantiene una analogía al proceso de incertidumbre en términos de convertirse o no en algo singular, algo que merece ser exhibido de modo continuo, también permanece una pregunta sobre

lo verdadero y lo falso. El manejo de tiempos⁶ que cuenta el usuario de sus propias «colecciones» (estados, fotos, álbumes, videos, artículos, notas, etc.) a ser exhibidas resulta clave. Es en este proceso de selección a partir de una observación posible desde otros en que el usuario debe ser «curador» de su propia identidad, con recursos limitados y las estrategias de opciones que brinda la plataforma. La obra de arte como mediación de un autor en un contenido que la excede y que por ello debe ser buscado. Obra abierta, donde el autor no está presente y donde la misma obra abre un conjunto infinito de posibilidades de interpretación, por fuera de su mismo sistema de arte.

MEMORIAS

Avanzo hacia los campos y los espaciosos palacios de la memoria [*campos et lata praetoria memoriae*] donde se encuentran los tesoros [*thesauri*] de imágenes innumerables, transportadas allá desde las cosas de toda especie que los sentidos perciben. Se almacena allí todo cuanto pensamos, ya por ampliación, ya por disminución, ya por otra clase de variación de las cosas que aporta el sentido; y todo lo que, no habiendo sido aún devorado y enterrado por el olvido, se ha encomendado y atesorado allí. Cuando entro allí, demando al punto lo que quiero se me aparezca, y al punto comparece alguna cosa; otras cosas habrán de ser buscadas por largo tiempo, como si se encontrasen fuera de cierto receptáculo interno; otras salen precipitadamente en tropel y, en la búsqueda y pesquisa de la cosa deseada, comparecen como diciendo: «¿Es esto por ventura?» A éstas las expulso, con la mano de mi corazón, de la faz de mi memoria; hasta que aparezca, sin velos y a la luz, la que yo quiero, saliendo fuera de su lugar secreto. Advienen prestamente otras cosas, en orden ininterrumpido, según se las ha convocado; al frente, aquellas que abren paso a las siguientes; y según abren el paso se ocultan de la vista, aprestándose a comparecer a voluntad. Todo esto tiene lugar cuando recito algo de memoria.

⁶ Se sigue aquí la definición de Niklas Luhmann: «nosotros entendemos por espacio y tiempo medios de medición y de cálculo de los objetos. Es decir, no los entendemos como formas de la comprensión conceptual» (1995:186).

A mi memoria le has concedido el honor de residir en ella; pero en qué cuarto de la memoria residas es lo que yo considero. Pues pensando en Ti, he ido más allá de aquellas partes de la memoria que las bestias también han traspasado, pero no Te encontré allí, entre las imágenes de las cosas corporales; y llegué a aquellas partes a las que encomendé las afecciones de mi mente, y no Te encontré allí. Y entré en el propio asiento de mi mente (...) y tampoco allí estabas. (...) ¿Y por qué ando buscando el lugar en que moras, como si allí dentro hubiese lugares? (...) No hay lugar alguno; vamos hacia adelante y hacia atrás y no hay lugar. (San Agustín, *Confesiones*)

San Agustín vinculó la memoria a las imágenes que provenían de las impresiones sensoriales. Francis Yates (2005), en su clásico libro «El arte de la memoria», señala que Agustín parece distinguir la memoria de las impresiones sensoriales de la memoria de las artes y las afecciones. En el segundo fragmento, Agustín busca a Dios en la memoria en la creencia de que lo divino es innato a la memoria. Ya en Aristóteles se diferenció entre la memoria de la reminiscencia o recordación. Recordación, en Aristóteles, es la recuperación de un conocimiento habidos anteriormente, el intento de hacerse camino entre los contenidos de la memoria.

La memoria pertenece para Aristóteles a la misma parte del alma que la imaginación; es un archivo de diseños mentales, procedentes de las impresiones sensoriales. En la metáfora del movimiento de hacer un grabado en cera con una sortija de sello, Aristóteles hacía asemejar el diseño mental a una «suerte de retrato pictórico» «cuyo más duradero estado describimos como memoria».

Según Hans Belting, el «arte de la memoria» (*ars memoriae*) se desarrolló en la retórica, pero en la Edad Media se extendió al ejercicio de la virtud. Para transmitir una técnica segura de memorización, esta teoría proveía el uso de imágenes memorísticas, imágenes interiores o invisibles que debían memorizarse para, con su ayuda, mantener el hilo del recuerdo, aunque el ejercicio debía completarse con ayudas visibles, que por su parte, no era más que un medio con el fin de entrenar la memoria como tal.

En el terreno del culto, el centro de atención no se halla en este arte de la memoria, sino en los contenidos del recuerdo. El recuerdo poseía por ello un carácter *retros-*

pectivo y, por extraño que suene, *prospectivo*. Su objeto no era sólo lo sucedido, sino también lo que había sido *prometido*. (1990:20)

Llegamos así a la primera experiencia. Quizás una hipótesis, como legado de estas técnicas de memorización, la plataforma despliega en la pantalla un recuadro. Súbitamente, en la columna referida a las «noticias» (central), se sitúa esta publicación personalizada: es un «recuerdo». ¿Cómo, quién y para qué se ha seleccionado esta publicación para que alguien vuelva a ver esta imagen? El discurso que acompaña la publicación mantiene una dimensión afectiva («Tú nos importas, al igual que los recuerdos que compartes aquí. Pensamos que te gustaría mirar esta publicación de hace 5 años»). La opción inferior brinda la posibilidad de «Ver más recuerdos». Recuperando el sentido de lo anteriormente referido, este recuerdo opera como simulación de «experiencia interior» al advertir que «Nadie verá esto en la sección de noticias a menos que lo compartas». ¿Mis «recuerdos» están programados («hace 5 años»)?



Figura 12. Recuerdos en Facebook.

Los «recuerdos» son publicaciones sólo visibles en una primera instancia al usuario, son experiencias que no son «noticias» públicas pero que sólo pueden serlo (y ser vistas por otros) si son «compartidas». ¿Es ésta una distinción necesaria entre lo socialmente visible y lo propio de los sistemas socioindividuales? ¿Es éste el límite en la Red entre los «pensamientos» como «estados» y los «recuerdos»? ¿Cómo se programan los «recuerdos»?

Siguiendo a Belting, desde una antropología de la imagen, el autor sostiene que «las imágenes del recuerdo y de la fantasía surgen en el propio cuerpo como si fuera un medio portador viviente» (2002:15). Según él:

una imagen es más que un producto de la percepción. Se manifiesta como el resultado de una simbolización personal o colectiva. Todo lo que pasa por la mirada o frente al ojo interior puede entenderse así como una imagen, o transformarse en una imagen,

para luego indicar que

la distinción entre imagen y medio nos aproxima a la conciencia del cuerpo. (16-17)⁷

La publicación del «recuerdo» funciona como una recomendación en el Newsfeed, como posibilidad cualitativa de un estado no previsto por el usuario. El «recuerdo», no como un esfuerzo sino como una aparición sorpresiva y al mismo tiempo regulada, una experiencia que puede ser administrada en sus niveles de observación. El «recuerdo», al convertirse en estado, se convierte en «pensamiento», materializa el pasado en un presente que recupera el sentido prospectivo de esa «recomendación». No es un «recuerdo» para archivar en la memoria, es un «recuerdo» que puede ser nuevamente compartido.

⁷ Cuando Lev Manovich afirma «que la imagen en el sentido tradicional ha dejado de existir», es posible argumentar en contra que este «sentido tradicional siempre había estado suspendido a una dinámica histórica que lo modificaba continuamente».

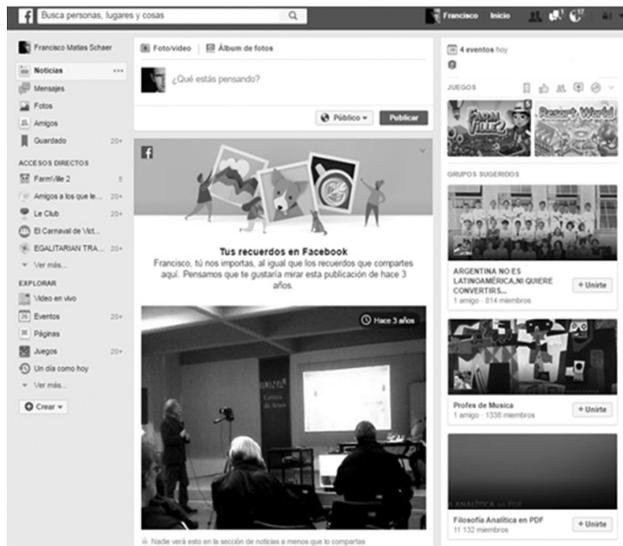


Figura 13. Recuerdos en Facebook.

¿Con quién estamos interactuando? ¿Qué memoria invisible es la que actualiza una imagen que aparece allí y nos guía como en San Agustín a nuestros propios recuerdos? El «recuerdo» es verosímil en tanto opera en dos dimensiones: una autorreferencia, dado que corresponde a una publicación anterior, pero al mismo tiempo, mantiene un enclave en una experiencia que ha vivido el usuario en el mundo real. Esta dualidad construye una diferencia que actualiza el signo. El enfoque a utilizar es el propuesto por la sociosemiótica en la medida en que encuentra su punto de partida en los discursos sociales tal como se dan a la experiencia, está obligada a afrontar el hecho de que estos son siempre «paquetes» constituidos por materias significantes heterogéneas (Verón, 1983).

La posibilidad de «compartir» recuerdos con «amigos» en la serie de estados del Newsfeed brinda la chance de sociabilizar el contenido de los «recuerdos». Quien establece la distinción asume un «nosotros» exclusivo, («pensamos que te gustaría mirar esta publicación»); pero que advierte una posición humana: «pensamos», del otro lado hay una operación cognitiva constituyente del sentido de los «recuerdos». El «recuerdo» sugerido no es producto de una reminiscen-

cia, sino el resultado de un conjunto de operaciones «pensadas», hay un acto que puede ser atribuido a un ser humano, o al menos una intencionalidad en seleccionar y sugerir el objeto que se presenta.

La segunda experiencia conlleva una pregunta sobre la dimensión espacio-temporal de los usuarios en la red social. Los saludos de la plataforma en la fecha de cumpleaños del usuario como la despedida al final del día son mensajes que generan una percepción del «marco» sobre el «marco», es decir, tienden a establecer un lazo racional y afectivo con modalidades de uso y con el perfil de presentación de la empresa ante sus usuarios. En «esperamos que hayas tenido» se construye discursivamente un deseo puntual, una elección del sistema basada en un deseo. La exclamación que acompaña el saludo de buenas noches busca generar un marco positivo de la experiencia, pero también un conocimiento del mundo real del usuario, simboliza un registro actualizado de las coordenadas que tiene el usuario del otro lado de la pantalla, donde sí existe como categorías del mundo, el día y la noche.

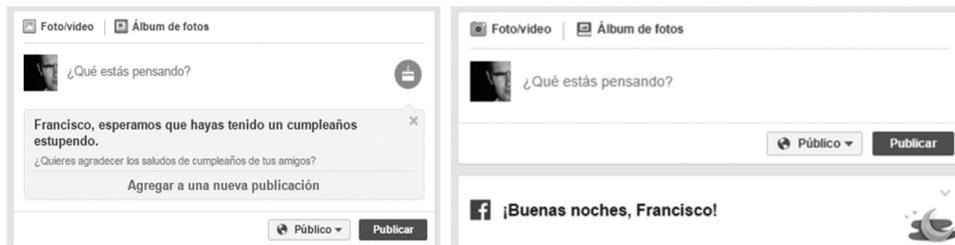


Figura 14. Mensajes por cumpleaños / por momentos del día.

La tercera experiencia de recomendación de «estados» refiere a noticias puntuales o eventos. En el primer caso, el discurso de Facebook construye un *ethos* que «agradece», que «felicit» desde un nosotros «inclusivo». Esta publicación vinculada a un evento, le permite al usuario recorrer otras publicaciones en la misma temática. Opera como un señalador temático, establece una distinción con el resto de las noticias del Newsfeed, y brinda una posibilidad especializada para usuarios que tengan interés. Del mismo modo, en el caso del segundo evento, el discurso de Facebook se construye desde un nosotros «exclusivo», «agradece» 25 años de conexión a Internet, se asume entonces dentro del mismo medio.



Figura 15. Mensajes por noticias de actualidad / celebraciones.

Las tres posibilidades referidas significan la posibilidad de interacción entre la plataforma y el usuario. Esta plataforma está situada en posición de administrador, en un proceso de observación de tercer grado: observador de observadores.

El desarrollo de estas recomendaciones de «estado» implican una reducción de complejidad del entorno, se marca un límite y aparece la enunciación de la propia empresa. Las tres experiencias son estrategias de adaptación y autorreferencialidad. También pueden adoptar el sentido de las operaciones en función de establecer una «agenda» de noticias destacadas desde la plataforma, por fuera de la comunicación institucional como pareciera indicarse en estos casos.

Facebook en Argentina cuenta hoy con 29 millones de usuarios y nuestro país es uno de los 15 países con mayor porcentaje de usuarios sobre el total. El 90 % de los celulares a nivel mundial ya dispone de la red social. Aproximadamente el 80 % de las tablets a nivel mundial hoy usa Facebook. ¿Se debe reducir la investigación en redes sociales a una dimensión cuantitativa, con un énfasis centrado en «lo digital» y las «tendencias» de «lo tecnológico» como irreversibles? ¿Cuáles son los aportes teóricos y la pertinencia de la semiótica en estos abordajes? ¿Qué reflexiones pueden generarse sobre el sistema de las redes, en tanto productores/receptores de observaciones? ¿De qué modo estos procesos afectan en gran escala procesos de índole social?

No se trata aquí de brindar soluciones a estos interrogantes. Más bien, el interés se centra en construir de modo fragmentario orientaciones conceptuales y relaciones, caracterizar los procesos de aprendizaje cultural.

A modo de cierre, una hipótesis de recepción al menos fantástica. En dos generaciones las sociedades pasaron de vincular la tecnología asociada al mundo fantástico, irreal, al mundo supersónico, para ahora situarla en el mundo instrumental, útil, cotidiano. Sin embargo, y a pesar de esas mutaciones, pareciera que esas mismas ensoñaciones perviven.

Tal vez estemos entonces en presencia de objetos de funcionamiento simbólico, los que «se prestan a un mínimo de funcionamiento mecánico, están basados en las fantasías y representaciones susceptibles de ser provocados por actos inconscientes» (Dalí, 1931:226). Tal vez haya que bucear en los *im-signs* y los *lin-signs* de Paolo Pasolini, signos de una realidad que se nos presenta como transparencia.

Todavía las máquinas (creo) no sueñan.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aumont, J.** (1997 [1989]). *El ojo interminable*. 1ª ed. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Belting, H.** (2010 [2002]). *Antropología de la imagen*. 2ª reimp. Madrid: Katz.
- (2012 [1990]). *Imagen y culto. Una historia de la imagen anterior a la edad del arte*. Traducción de Cristina Díez Pampliega y Jesús Espino Nuño. Madrid: Akal.
- Borel, É.** (1945). *El Azar. Descubrimiento, aplicación y valor de las leyes del azar*. Buenos Aires: Ediciones Del Tridente.
- Corsi, G.** (2006 [1995]). *GLU: glosario sobre la teoría social de Niklas Luhmann*. 1ª reimp. México: Ediciones Universidad Iberoamericana.
- Courtant, R. y Robbins, H.** (2002 [1941]). *¿Qué son las matemáticas? Conceptos y modelos fundamentales*. Traducción de Martín Mansour. México: Fondo de Cultura Económica.
- Dalí, S.** (2005) *Obra Completa Volumen IV. Ensayos 1. Artículos, 1919–1986*. Barcelona: Ediciones Destino Fundación Gala–Salvador Dalí, Sociedad Estatal de Conmemoraciones Oficiales.

- Eco, U.** (2009). *El vértigo de las listas*. Barcelona: Lumen.
- (2011). *Confesiones de un joven novelista*. Buenos Aires: Lumen.
- Hacking, I.** (2005 [1975]). *El surgimiento de la probabilidad. Un estudio filosófico de las ideas tempranas acerca de la probabilidad, la inducción y la inferencia*. 1ª ed. Barcelona: Gedisa.
- (2006 [1990]). *La domesticación del azar. La erosión del determinismo y el nacimiento de las ciencias del caos*. 3ª reimp. Barcelona: Gedisa.
- Jacob, F.** (1998). *El ratón, la mosca y el hombre*. Barcelona: Colección Drakantos Crítica.
- Jímenez-Blanco, M.D.** (2014). *Una historia del museo en nueve conceptos*. 1ª ed. Madrid: Cátedra.
- Kline, M.** (2012 [1972]). *El pensamiento matemático de la antigüedad a nuestros días*. Madrid: Alianza Editorial.
- Lakoff, G.** (2007). *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Madrid: Editorial Complutense.
- Landsberg, P.T.; Ludwig, G.; Thom, R.; Schatzman, E.; Margalef, R.; Prigogine, I.** (1992 [1986]). *Proceso al azar*. 2ª edición. Madrid: Colección Metatemas Tusquets.
- Luhmann, N.** (1998). *Sistemas sociales: Lineamientos para una teoría general*. México: Anthropos, Universidad Iberoamericana, Santiago de Bogotá.
- (2005 [1995]). *El arte de la sociedad*. México: Universidad Iberoamericana/Herder.
- (2007a [1997]) *La sociedad de la sociedad*. 1ª ed. en español. México: Herder.
- (2007b). *La realidad de los medios de masas*. México: Anthropos / Universidad Iberoamericana.
- (2007c). *Introducción a la teoría de sistemas*. México: Universidad Iberoamericana.
- (2007d). *La sociedad de la sociedad*. México: Universidad Iberoamericana.
- (2010e [1980]). *¿Cómo es posible el orden social?* México: Universidad Iberoamericana.
- Middleton, D. y Edwards, D. et al.** (1992). *Memoria compartida. La naturaleza social del recuerdo y del olvido*. Barcelona: Paidós. Colección Cognición y desarrollo humano.
- Moles, A. et al.** (1971). *Los objetos*. Buenos Aires: Tiempo Nuevo Argentino.
- Pasolini, P.** (2005). *Empirismo erético*. Córdoba: Brujas.
- Peirce, C.S.** (2007a). *La lógica considerada como semiótica. El índice del pensamiento peirciano*. Colección Clásicos del Pensamiento. Madrid: Biblioteca Nueva.

- (2007b). *La lógica considerada como semiótica. El índice del pensamiento peirceano*. Introducción, traducción y notas de Sara Barrena. Madrid: Biblioteca Nueva.
- (2010). *El amor evolutivo y otros ensayos sobre ciencia y religión*. Edición y traducción de Sara Barrena. Barcelona: Marbot Ediciones.
- (2012). *Obra filosófica reunida (1893–1913)*. Tomo I y III. Traducción de Darin Mc Nabb; rev. de la trad. Sara Barrena. Ed. De Nathan Houser, Christian Kloesel. México: Fondo de Cultura Económica.
- Pons, A.** (2013). *El desorden digital. Guía para historiadores y humanistas*. Madrid: Siglo XXI de España Editores.
- Popper, K.** (1982 [1972]). *Conocimiento objetivo*. 2ª ed. Madrid: Tecnos.
- Prigogine, I.** (1983). *¿Tan solo una ilusión? Una exploración del caos al orden*. Barcelona: Tusquets.
- Prigogine, I. y Stengers, I.** (1991). *Entre el tiempo y la eternidad*. Buenos Aires: Alianza Editorial.
- Ricoeur, P.** (1985). *Tiempo y narración III, El tiempo narrado*. Editorial Siglo XXI, 1996.
- Schaeffer, J.–M.** (2012). *¿Por qué la ficción?* Traducción de José Sanchez Silva. Madrid: Lengua de Trapo
- Scolari, C.** (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.
- (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Stewart, I.** (1996). *De aquí al infinito*. Barcelona: Crítica. Colección Drakontos.
- (2012). *Historia de las matemáticas en los últimos 10.000 años*. . Barcelona: Crítica. Colección Drakontos.
- Traversa, O.** (2009). Dispositivo–enunciación: en torno a sus modos de articularse. *Figuraciones. Teoría y crítica de artes* (6). Universidad Nacional de Artes, Área de Crítica de Artes. Disponible en: <http://www.revistafiguraciones.com.ar/numeroactual/recorrido.php?idn=6&idr=48>
- (2014). *Inflexiones del discurso. Cambios y rupturas en las trayectorias del sentido*. Buenos Aires: Santiago Arcos editor / SEMA.
- Verón, E.** (1997). *La semiosis social. Fragmento de una teoría de la discursividad*. 1ª ed. Barcelona: Gedisa.

- (2001a). *Espacios mentales. Efectos de agenda*. Barcelona: Gedisa.
- (2001b). *Espacios mentales. Efectos de agenda*. Barcelona: Gedisa.
- (2004). *Fragmentos de un tejido*. 1ª ed. 1ª reimp. Barcelona: Gedisa.
- (2013). *La semiosis social, 2: Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.
- Wolton, D.** (2000). *Internet ¿y después? Una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- (2006). *Salvemos la comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- Woodcock, A. y Davis, M.** (2012 [1994]). *Teoría de las catástrofes*. Madrid: Cátedra.
- Yates, F.** (2011 [1966]). *El arte de la memoria*. 2ª ed. Anzos: Siruela.