

**Los usos de Internet
comunicación y sociedad**

Tomo 1

María Belén Albornoz B. - Grace Benalcázar Z.
Paula Rodríguez M. - Olga Paz M.

Los usos de Internet comunicación y sociedad

Tomo 1



© De la presente edición:
FLACSO, Sede Ecuador
La Pradera E7-174 y Diego de Almagro
Quito – Ecuador
Telf.: (593-2-) 323 8888
Fax: (593-2) 3237960
www.flacso.org.ec

IDRC-CRDI
250 Albert St.
P.O. Box 8500
Ottawa, Ontario - Canadá
Telf.: (613) 2366163
Fax: (613) 2387230

Esta publicación ha sido posible gracias a los fondos asignados por el Centro Internacional de Investigación para el Desarrollo (IDRC-CDRI), Ottawa, Canadá.

ISBN
Diseño de portada e interiores: Antonio Mena
Imprenta: Rispergraf
Quito, Ecuador, 2006
1ª. edición: junio, 2006

Índice

Presentación	7
Prólogo	9
<i>Mauro Cerbino</i>	
Asimetrías en un proyecto estatal de reproducción digital: el caso de Memoria Chilena	25
<i>Paula Rodríguez M.</i>	
Políticas de gestión del conocimiento y usos sociales de nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, TIC, en tres programas	107
<i>Olga Paz M.</i>	
La representación simbólica en la red	203
<i>María Belén Albornoz B.</i>	
Jurisprudencia del uso del Internet en los países de la Comunidad Andina	291
<i>Grace Benalcázar Z.</i>	

La representación simbólica en la red*

María Belén Albornoz B.

Introducción

Hasta hace pocos años los estudios sobre la web han enfatizado sobre temas como: usabilidad, diseño de la web y comunicación en línea; casi siempre desde la perspectiva de quien realiza un *website*¹. Escaso ha sido el interés de analizar qué sucede del otro lado de la interfaz, qué repercusiones tienen las representaciones que en ella tienen lugar y los discursos manejados en la misma. En la actualidad la antigua aproximación a la Internet ha cambiado, son varias las disciplinas sociales que encuentran en la web un terreno vasto de estudio y son extensos los trabajos de investigación que se llevan a cabo desde la psicología, la semiología, los estudios culturales, la antropología y la sociología.

El modelo utilizado en este trabajo de investigación se basa en tres campos o zonas, para lo cual se ha dividido las *interficies*² de la web en *homepages*, chat y comunidad virtual. Este modelo tiene valor explicativo en la medida en que puntualiza los principios de su construcción (Bourdieu, 1975:69): las categorías de análisis, las disciplinas desde las cuales estas categorías serán estudiadas, los métodos y las técnicas de investigación escogidas. Se planteó la web como una situación social par-

* Síntesis de la tesis presentada para obtener el título de maestra en Comunicación y Sociedad con mención en Políticas Públicas e Internet 2004. Tesis que obtuvo una beca de financiamiento de FLACSO-Ecuador y del IDRC

1 Sitio web

2 Distintos planos de una misma superficie.

ticular, y cada situación comunicacional como campos o zonas dentro de las cuales se establecen condensaciones de sentido. Cada campo contiene a su vez potenciales narrativas, situaciones de consenso y de conflicto, que al asumir la forma de acciones se inscriben en instancias de emisión y recepción. Pero que a su vez al convertirse en construcciones subjetivas intervienen en la construcción de la identidad. La construcción del objeto de investigación no pudo ser determinada de antemano, todo lo contrario, los avances del trabajo de campo llevaron a replantear qué disciplinas utilizar en determinados momentos sincrónicos. Por lo tanto, se trata de una investigación transdisciplinar, un trabajo abordado desde:

- La *semiótica* para explorar no sólo las palabras sino también las imágenes como signos del lenguaje sintético de la web y, el doble proceso de representación que se efectúa frente a la interfaz en la interpretación de dichos signos.
- La *semiología* de la web para dar el salto de los signos a su producción de sentido dentro de los discursos de la web.
- El *psicoanálisis* para estudiar el papel de la palabra en la constitución del sujeto y los niveles de la psique en que tienen lugar la percepción y la representación.
- Los “estudios culturales” –desde la postura de Stuart Hall- para ubicar los discursos de la web dentro de la cultura del simulacro y del mundo fuera de la red.

He considerado que este modelo era el más óptimo para realizar una aproximación investigativa de la representación simbólica en la web, porque explora los procesos de representación tanto a nivel de los sistemas representación mental o mapas conceptuales de los navegantes de la web, como a nivel del lenguaje que estos navegantes comparten.

Las posibles críticas a este modelo parten desde las tendencias apocalípticas y desde el mismo psicoanálisis.

La primera: la pérdida de mediación por argumentación en la representación de la interfaz, puesto que la activación de la racionalidad exige tiempo y en el vértigo de la web sólo nos quedamos atrapados en la seducción que sólo requiere la activación de la emotividad. Se pierde de este modo el tiempo de la historia para dar paso “al tiempo intensivo de una instantaneidad sin historia” (Virilio, 2003:45), la velocidad se convierte en una alucinación que destruye la cronología en esa experiencia.

La segunda: el consumo de imágenes puede llevar a una mirada fascinada de la imagen que no tenga acceso al significado, de modo que el significante sustituya o devenga en significado, de manera que el consumidor de imágenes está irremediabilmente condenado a quedarse en la concreción del significante,³ perdiéndose el espacio entre el objeto y el sujeto.

La tercera: las relaciones entre velocidad y pensamiento, el fenómeno de los *fast thinkers*, Sobre lo que Bourdieu se pregunta ¿se puede pensar atezado por la velocidad? (Bourdieu, 1997:39). A ello responde que desde Platón se sostenía que no es posible pensar presionados por la urgencia. Para ello es necesario desarrollar ideas preconcebidas que son la antítesis del pensamiento, porque el pensamiento por definición es subversivo, debe desbaratar las ideas preconcebidas para demostrar las propias.

La cuarta: la realidad virtual que consiste en imaginar la realidad y reproducir su experiencia en un medio artificial, como idea, es en sí misma miserable, porque dicha experiencia no conlleva efectos ni consecuencias en el sujeto; sólo la realidad de lo virtual es real, posee efectos y consecuencias en el sujeto.⁴

Esta investigación parte de la siguiente hipótesis: la web es un lugar de tránsito, un “no lugar”, a través del cual es posible acceder a lugares antropológicos y políticos. Entendiendo a la web como un gran Otro, como un orden simbólico ficcional, encerrado dentro del marco de la pantalla,

3 Ideas de los apocalípticos radicales, citados por Joan Ferrés (2000:80).

4 Slavoj Žižek *The unbearable lightness of the virtual*. www.ifdesign.de/inhalt-icsid2_programm_e.html

compuesto por sistemas de símbolos que limitan la visión de la mirada del navegante. La representación simbólica es posible en el momento en que el propio orden simbólico interviene en la dialéctica de la visión y la mirada, cuando el marco de la pantalla es enmarcado por parte de su contenido, es decir, cuando la lógica lacaniana (Lacan, 1964:112-120) del significante nos revela que el “horizonte de sentido” está vinculado con un punto dentro del campo (la mancha del cuadro), un punto desde el cual el cuadro mismo devuelve la mirada.

El objeto de este trabajo es explorar los procesos de representación que se realizan en los distintos entornos de la Internet –*websites*, chats, comunidades virtuales-, cómo estos surgen, cómo se estandarizan, cuáles son las apropiaciones que hacen de ellos los usuarios, cuál es su capacidad de transformar el imaginario de los navegantes una vez que pasan del mundo virtual al mundo real. Entendiendo a Internet como “pantalla”, como la nueva máquina de representar que tiene la cualidad de convertir incluso lo virtual en referente de lo real, de crear nuevas formas de producción de capital simbólico, de movilizar la lengua más que la palabra y de generar necesidades al imaginar nuevos servicios.

El objetivo de la investigación es diferenciar los procesos de representación que tiene y que se llevan a cabo en los “no lugares” y “lugares” de la web.

Esta investigación puede ser relevante en el estudio de las TIC porque al comprender mejor cómo funciona la representación de los lenguajes sintéticos, los procesos de apropiación y uso de las nuevas tecnologías pueden ser abordados lejos de la idealización o la crítica radical. La inclusión de cada vez más personas a los mundos virtuales y su permanencia fascinada en la interfaz está moldeando la “mirada” de los cibernautas, ocasionando que los límites entre realidad y ficción empiecen a disolverse, a través de la idealización de lo virtual se está intercambiando lo real por lo ficcional. Y son estas producciones ficcionales, tanto de los individuos como de las sociedades, los nuevos regímenes de producción de los discursos sociales de la web y de las lógicas de construcción de la realidad. La representación simbólica dentro del proceso de significación en la web es crucial no sólo a nivel de producción de discursos sino también a nivel de interpretación de los mismos, porque tiene como función apuntalar la traducción entre el signo, su significado y la cultura, sin dejar fuera las

diferencias culturales o las diferencias de poder entre quienes participan del mismo circuito cultural.

Especificaciones teóricas

La representación

En la historia de la humanidad, según Heidegger, no se puede identificar el momento en que “el hombre se convirtió en el representante del ente en el sentido de objeto” (Heidegger, 1962:82-83), el instante en que se separa de la cosa y la representa, la hace imagen, la nombra; es decir, cuando empieza la representación. Sin embargo, los griegos ya se planteaban la representación como un problema, los escépticos se cuestionaban la existencia de las cosas y confesaban que no podían resolver lo que son las cosas en sí mismas. Platón ve en el espejo el espacio vacío, sobre el cual ‘el hombre pasea las cosas’ sin producir algo real, sino su doble (Enaudeau, 1998:17). Pero Platón nos sabía encadenados a la representación y lo que él plantea como problema de la esencia de la cosa, da paso al problema de la nominación. El *eídos*, ese igual a sí mismo, es para Platón inteligible, real; no lo produce el espíritu, no lo duplican los sentidos, no tiene sustituto. Su imagen es el *eidolon* (*eidola legómena* la palabra y *eikón* la imagen como copia del modelo) y su simulacro el *phántasma*.

Platón sostiene que la esencia del saber preexiste al lenguaje, “el saber debe pedir palabras a las cosas mismas”, por tanto, la palabra es considerada un signo engañoso que traduce y traiciona la naturaleza de la cosa. Tal es su desconfianza del discurso, de la palabra y por sobre todo, de la escritura que llega a señalar: “Ningún hombre sensato correrá el riesgo de confiarle sus pensamientos, sobre todo bajo la forma coagulada de los caracteres escritos”⁵. En todo caso, es más flexible con respecto a la palabra oral, puesto que ésta es capaz de escoger su destinatario, mientras que la palabra escrita ignora a quien habla. Sin embargo, en Homero el *eidolon*, el doble, no es considerado una imagen, una copia de la cosa, sino una realidad que es ‘externa’ al hombre, en la cual se incluye la categoría del sueño.

5 Platón, *Carta VII*. Citado por Enaudeau (1998: 28)

Es en cambio en el siglo XVII, que la teoría del signo declara que la representación contiene tanto a la imagen como al discurso. El *eidolon*, a pesar de continuar siendo una imagen externa deja entrar al sujeto, lleva al hombre a la escena que éste representa. Pues la cosa en sí sólo tiene existencia gracias a la inteligencia que la piensa. Sartre lo dirá del siguiente modo: “la conciencia se fascina a sí misma, se deja cautivar por las imágenes que ha suscitado; espontaneidad hechizada, sin recursos contra el encanto de un mundo que se cierra sobre quien lo ha proyectado” (Sartre, 1940:36). El *eidos* empieza a ser suplantado por una serie de sustitutos: el nombre (*ónoma*), la definición (*logos*), la imagen (*eidolon*) y la ciencia (*episteme*); todos ellos incompletos, todos ellos dobles de la cosa misma. Entra al código de la perspectiva que delimita lo imaginario representado, “la representación es precisamente eso: cuando nada sale, cuando nada salta fuera del marco, del cuadro, del libro, de la pantalla” (Barthes, 1982:92). La copia continua siendo el único acceso al modelo, aunque el defecto de la misma sea ser menos que el modelo, y su exceso sea que su apariencia nos lleve al gozo y al engaño.

La representación del *pictograma* es la representación originaria, autorreferencial. En ella, la psique del sujeto sólo recibe información sobre sí misma, no desarrolla el deseo del Otro e ignora la exterioridad del objeto. O, como lo describe Merleau-Ponty: “génesis secreta y afiebrada de las cosas en nuestros cuerpos” (Merleau-Ponty, 1964:30).

En la representación del *phántasma* en cambio, el sujeto se divide, el adentro y el afuera se configuran en dos sujetos corporales y psíquicos (el niño y la madre), pero también un tercero: la ausencia (ausencia de la madre o la presencia del padre). El *phántasma* se convierte en la imagen de la cosa, en objeto. El triángulo visual de la representación que Barthes señala como psíquico, como edípico, que tiene en el ángulo superior al niño y en los ángulos inferiores a la madre y al padre (Barthes, 1982:90).

Esta imagen exige dar un paso más, paso en el que la imagen de la cosa se convierte en la imagen de la palabra, en una exigencia de significación: el problema de la nominación de la que nos hablaba Platón; donde el sentido preexiste a las palabras y, sin embargo, sin ellas no lograríamos darle sentido a nada. A pesar de su ficción, las palabras deben ser aceptadas por verdaderas, ésta es su paradoja. “Una red inexplicable se ha ido tejiendo de este modo, poco a poco. Venimos a un mundo ya enredados en ellas

[...] nos movemos en medio de generalidades y símbolos [...] en una zona intermedia entre las cosas y nosotros, exteriormente a las cosas, exteriormente también a nosotros” (Bergson, 1940:118). El lenguaje es una instancia de represión, que se anticipa a lo que se deberá reprimir, el habla significa asumir la transmisión de la prohibición. Pero es por medio de las palabras que buscamos la cosa sin nombre, el objeto perdido del que las palabras llevan el rastro.⁶ A sabiendas de que son sólo signos, a veces falsos y ambiguos, poco fieles al objeto que representan. “Es imposible saber nada sin haberlo falseado desde el principio”⁷ – como decía Nietzsche.

La transparencia del lenguaje ha sido cuestionada desde el inicio, pero gracias al trabajo filológico del siglo XIX el ser de lo representado cae fuera de la representación (Foucault, 1996:358). El lenguaje mismo se convierte en objeto, con sus propias leyes y conceptos. Es Nietzsche quien sostiene que la representación es por sí sola un objeto, las representaciones empiezan a representarse a sí mismas. Al considerarlas construcciones artificiales que el espíritu fija a priori, para simplificar y asimilar lo real. Puesto que no existen estados de hecho en sí y es necesario iluminar con un sentido previo el hecho, para que pueda existir un estado de hecho, concluye: “De modo que no hay hechos, sino sólo interpretaciones” (Nietzsche, 1998:86).

A diferencia del paradigma de la metáfora de Nietzsche, Freud sostiene que ‘las cosas ceden el paso a sus representaciones’, a sus medios de representación, que no son sino aquellos paradigmas que las palabras vehiculizan de incógnito (Freud, 1976:203). Para Freud la palabra tiene cuatro representaciones: la palabra recibida, la palabra emitida, la palabra oral y la palabra escrita. Ya que las representaciones de la palabra, por un lado provienen de la percepción sensorial, se enfrentan a un problema: el pensamiento en imágenes; más cercano a los procesos inconscientes. La imagen mnémica (término creado por Wernicke para los “residuos de las estimulaciones pasadas”⁸) no piensa nada de la cosa, sólo la ilustra, no establece su acción (no establece ninguna relación con las otras cosas). -por ello se le pide al niño explicar sus dibujos, establecer las relaciones entre

6 J. B Pontalis *La melancolía del lenguaje* pp. 2.

http://www.educ.ar/educar/servlet/Downloads/S_BD_ZONAEROGENA/ZE3802.PDF

7 Citado por Enaudeau (1998:195).

8 Citado por Freud (1973:53).

las imágenes-. La actividad consciente, por otro lado, es la única capaz de conectar las imágenes mnémicas ópticas a través de la palabra, de alcanzar un verdadero pensamiento (Enaudeau, 1998:147). Sin embargo, Freud declara que el pensamiento es en su origen inconsciente, porque existen relaciones sin ninguna cualidad sensible, que son más inaccesibles que las imágenes mnémicas, las que le dan origen.

Si para Freud la percepción (vinculada al *afuera*) no logra el estatus de representación (vinculada al *adentro*), ni tampoco el pensamiento inconsciente, la representación es sólo posible gracias a las imágenes inconscientes y a la palabra. Puesto que, por más abstracto que sea el concepto, tiene siempre una figurabilidad, que es el centro de su campo semántico. Es así como para Freud, el sujeto no debe construir a través de las representaciones un mundo real (como propone Descartes: sólo gracias a la mediación de las ideas dentro del sujeto es posible conocer lo que está fuera de él⁹) debido a que “el yo-realidad” le permite al sujeto un acceso a la realidad, gracias al recuerdo hereditario de las impresiones del afuera.

Según Enaudeau, el error de Freud fue confundir el paradigma con el objeto, lo representado con el medio de representación (Enaudeau, 1998:225). Siguiendo las huellas de Wittgenstein, “el inconsciente no es una realidad ni la esencia de la realidad (lo psíquico sí), sino un paradigma”.¹⁰ Si se piensa que lo real no nos está dado, que la representación no tiene modelo sino que se re-crea bajo cada mirada, entonces la representación es una creación.

Quéau sintetiza: “Toda representación es una presencia debilitada, que carece de presencia, pero que subsiste porque se repite, se sustituye a sí misma. A pesar de su nombre, la representación no es una *re*-representación sino una *re*-introducción del sentido, un retorno del sentido. La representación es sólo una prestación, una *pre*-estación, una estación *delante* del sentido, *antes* que él. No es una presencia de nuevo, sino un simple *mismo*, un recuerdo a menudo insípido de lo que fue. Sin embargo, la representación puede devolvernos el gusto por la *presentación*, el sentido de la presencia. El presente es, como su nombre indica, “un don que hay que esforzarse por merecer siempre” (Quéau,1995:105).

9 *Carta de Descartes a Gibieuf* (19 de enero de 1642).

10 Wittgenstein, *Tractus logico-philosophicus* citado por Enaudeau (1998: 227).

El interés de este trabajo es intentar descubrir ¿en qué consiste la representación dentro de la web, cómo ésta funciona dentro del mundo del simulacro? ¿Se puede considerar la representación como un objeto en sí misma, como una construcción artificial que intenta asimilar lo real dentro de la interfaz? Porque si la pantalla se ha convertido en el espejo, en el no lugar, que da a la representación una realidad que no posee donde la presencia y la ausencia se intercambian, entonces ¿cómo se representa aquí lo que sucede allá? Para ello se han buscado los nudos que diferencian a la representación del mundo real con la del mundo virtual, nudos que hemos encontrado vienen entrelazados en la psique del sujeto. La interfaz como pantalla de lo virtual ha puesto en evidencia que era necesario distinguir ciertas categorías como la mirada, el inconsciente, lo imaginario y lo simbólico, el lugar y el “no lugar” (Augé, 1996:83), lo real y lo virtual.

La mirada

En vano llega tu imagen a mi encuentro
y no me entra donde estoy quien sólo la muestro
tú volviéndote hacia mí solo encuentras
en la pared de mi mirada tu sombra soñada.

Soy ese desdichado comparable a los espejos
que pueden reflejar pero no pueden ver
como ellos mi ojo está vacío y como ellos habitado
por la ausencia tuya que lo deja cegado.¹¹

La mirada del hombre sobre las cosas, sobre los otros, sobre sí mismo, parece haberse vuelto un simulacro, una ficción del sujeto. Desde el argumento lacaniano de que lo imaginario es una ilusión, un desconocimiento narcisista que deriva de la inevitabilidad del otro como “espejo”, una red de espejos que se multiplica sin fin. Lacan sostiene que lo imaginario es ese estadio que pertenece a la organización psíquica formada en y a través de la experiencia edípica; basándose en la idea hegeliana de que el pro-

11 Citado por Lacan (1999 a:25).

pio ser sólo se puede aprehender por su reflejo en el otro y por el reconocimiento del otro, construye lo imaginario como aquello que se constituye a través de una superficie reflejante, como vehículo de alteridad. Y en la formación misma de lo imaginario, el sujeto deviene en otro que él mismo.

Esta concepción de que lo imaginario se constituye el momento en que el sujeto se refleja como un objeto, es criticada por Castoriadis: “Lo imaginario no nace de la imagen especular ni de la mirada del otro. Más bien, el “espejo” mismo y su posibilidad, y el otro como espejo, son la obra de lo imaginario, que es creación *ex nihilo*. Los que hablan de lo imaginario, y por tal entienden lo especular, el reflejo de lo ficticio, no hacen sino repetir, por lo general sin saberlo, la afirmación que desde siempre los encadenó al sótano de la famosa caverna: es necesario que este mundo sea una imagen de algo [...] El argumento según el cual el yo se constituye por desconocimiento de su imagen reflejada no hace sino descuidar que en cambio la psique *inviste* el espejo con deseo” (Castoriadis, 2002:3). El problema lacaniano de lo imaginario se encuentra con un obstáculo: para que el sujeto pueda reconocer su imagen reflejada en el espejo, es necesario que sea capaz de representar e identificar. Lacan no explica cuáles son los procesos psíquicos que logran crear y formar imágenes especulares, esto es, no reconoce lo que Freud llamó la “realidad psíquica”. En la teoría lacaniana, el sujeto no es quien traduce las imágenes en representaciones, sino que las imágenes se le aparecen por detrás y más allá de él; así la imagen especular modula lo imaginario; abandonando de este modo la capacidad originaria de la psique, de producir representaciones e identificaciones.

Para Lacan, la mirada se presenta como “una extraña contingencia simbólica de aquello que encontramos en el horizonte y como tope de nuestra experiencia [...] En nuestra relación con las cosas, tal como la constituye la vía de la visión y la ordena en las figuras de representación, algo se desliza, pasa, se transmite, de peldaño en peldaño, para siempre, en algún grado eludido –eso se llama mirada-” (Lacan, 1999b:81).

Por una parte, la mirada no puede evadirse de la visión, de la percepción; pero por otra parte, tampoco puede hacerlo de la propia representación, en especial desde que el sujeto cartesiano se concibe a sí mismo como pensamiento, dentro de la cual se instala para siempre la ausencia.

No sólo la mirada contemplativa, o la mirada *vouyerista*, sino también la mirada de los otros que nos miran sin sabernos mirados. Merleau-Ponty lo puntualiza: “somos seres mirados en el espectáculo del mundo” (Lacan, 1999b:82).

Lo simbólico

La teoría lacaniana del sujeto considera tres centralidades que en este trabajo de investigación, son muy importantes: lo imaginario, lo simbólico y lo real. Como ya hemos visto en párrafos anteriores, lo imaginario para Lacan existe antes de que nazca el inconsciente como un mundo de ilusiones distorsionadas que se constituyen a través del espejo. Lo simbólico permite al hombre romper con la imagen especular, el lenguaje inaugura el inconsciente y constituye al niño en sujeto; sin embargo este paso no es tan fácil porque el sujeto está marcado por lo imaginario -por sus ilusiones narcisistas que lo sobrepasan- y por los embates de los efectos del orden real que opone resistencias a los movimientos especulares y a los intentos de simbolización.

El lenguaje preexiste al niño, lo real siempre se vuelve a hallar en el mismo sitio, esté o no esté allí el hombre. Un principio del lenguaje es ser parte de lo real y todo lo que el niño pueda representar irrumpirá en el orden de lo simbólico, de la palabra, y lo que no entre en este espacio de construcción se dará bajo la forma de lo visto, de lo oído, de lo ya contado. El hombre sólo puede pensar con la ayuda de las palabras, la misma palabra encierra en sí misma una función creadora, a través de ella aparece la cosa misma. El significante produce significados, la cosa puede ya no estar ahí y sin embargo, ella ya tiene existencia propia al ser nombrada.

El hecho de que el hombre habite en el lenguaje deja huellas y existen cosas que se inscriben en el inconsciente para siempre, como “un agujero no reconocido” (Lévi-Strauss, 1984:43). Del mismo modo que Lacan, Levi-Strauss considera los niveles de lo real, lo simbólico y lo imaginario, para entender que la característica del ser humano es poder construir un segundo nivel de realidad: el mundo de las representaciones, tanto de sus relaciones con la naturaleza, como de sus relaciones sociales y también de evocar a este nivel el sentido de su existencia. Todo eso se construye y se expresa a través del símbolo.

Para Lacan, el orden simbólico “no se puede concebir constituido por el hombre, sino que lo constituye” (1960:68), en este sentido, su teoría coincide con el postulado estructuralista de Lévi-Strauss, que indica: no cómo los hombres piensan los mitos, sino cómo los mitos se piensan en la mente de los hombres sin que ellos lo sepan (Lévi-Staruss, 1979:12). De esta manera el estadio del Otro es introducido en su teoría: “El lenguaje está constituido de tal modo que nos funda en el Otro, al tiempo que radicalmente nos impide comprenderlo” (Lacan, 1960:66). Así, es el Otro quien crea esa distancia en donde tiene lugar la representación, en la que la ausencia y la presencia se intercambian, es otro quien me llama por mi nombre y es otro quien me reclama su nombre (Enaudeau, 1998:80).

Es a través del lenguaje, de lo simbólico y de la ley, que el sujeto enfrenta al mundo exterior. Ya que su teoría le concede poca fuerza a lo imaginario, lo simbólico arremete al sujeto ordenando la psique en formas socializadas, así lo simbólico determinará, por tanto, las reacciones psíquicas del sujeto frente a las instituciones sociales.

El símbolo aparece así como un lenguaje que transmite un sentido, conduce a la comprensión, lleva a una adhesión. Gracias a su mediación se construye otro mundo, entre lo real y el imaginario, portador de sentido, de emoción, de poética. Las funciones del símbolo son múltiples. En primer lugar, por el hecho de evocar más que definir, lo cual permite comprender cosas profundas y complejas de manera simple. Pensamos, por ejemplo, en la riqueza del simbolismo del agua como expresión de la vida, de la limpieza, de la pureza. Siendo abierto, sin ser puramente gratuito, el símbolo no se encuentra en el orden cerrado de las certidumbres. Traduce en lo sensible lo que no lo es.

Podemos también redescubrir el símbolo como instrumento de aprehensión y de expresión de lo real y como representación de una realidad incierta, sin vincularla a un orden inmutable, sino poniendo boyas que avalan un itinerario desconocido. El símbolo es expresión de valores y fuerza performativa. El símbolo ayudará a no perder los objetivos, a pesar de las incertidumbres, a tener una visión coherente pero abierta y sin dogmatismo, a evocar la unidad sin negar la complejidad, a expresar las utopías sociales, a responder a las aspiraciones de la subjetividad.

Lo real y lo virtual

¿La categoría de lo virtual se opone como muchos piensan a lo real? Para responder a esta pregunta, es necesario primero saber qué se entiende por real y por virtual. Quéau sostiene que la realidad es “precisamente aquello que se nos resiste”, que no depende de nosotros; una consistencia y una coherencia de las cuales los sujetos no podemos prescindir (Quéau, 1995:43). Lo real es lo posible, aquello que se encuentra entre el *automaton* de Aristóteles (red significantes) y la *tyche* (el encuentro con lo real). Es aquello que siempre vuelve al mismo lugar (Lacan, 1999b:62). Lo real no tiene copia, existe sólo al ser transportado por nosotros, fuera de nuestro alcance; tiene todos los aspectos de sus representaciones.

Pierre Lévy lo deja muy claro, lo virtual no se opone a lo real, se opone a lo actual (1999:14). Lo virtual es el “fuera de ahí” de Serres (1995:73) y el hombre ha abandonado el ahí desde mucho antes que la Internet ponga en evidencia a lo virtual. Lo ha abandonado desde el momento en que empezó a imaginar, a recordar, a generar conocimiento, a fundar religiones. La diferencia de lo virtual dentro y fuera de la Internet no es el rompimiento de ejes como espacio y tiempo, no es la atemporalidad o la simultaneidad. Lo virtual produce efectos, no es imaginario. Y ésta puede ser la gran paradoja de los mundos virtuales, el nudo cada vez más fino entre lo virtual y lo real, entre lo actual y lo potencial, entre lo sensible y lo inteligible.

Es justamente la actualización la que se opone a lo virtual, a lo potencial. Si lo virtual se interpreta como un problema, la actualización es la solución del problema según Lévy, esto nos lleva a aclarar un poco más lo que se entiende por virtual.

Para Lévy, lo virtual es lo potencial y la virtualización puede definirse como el movimiento inverso a la actualización; para Quéau es lo actual, lo presente, porque lo potencial implica una posibilidad a futuro que tal vez no se cumpla, mientras lo virtual está realmente en el presente y se actualiza “como causa determinante” (Quéau, 1995:28) nos propone otra experiencia de lo real.

Como anotábamos, lo virtual produce efectos, una especie de anillo de Moebius que intercambia lo objetivo y lo subjetivo, lo público y lo privado, lo propio y lo común, el autor y el lector, el mapa y el territorio. Lo

virtual desterritorializa la unidad de lugar a través de la sincronización y la de tiempo por medio de la interconexión. Podemos a través de la virtualización desplazarnos físicamente a otros lugares, soñar, viajar con la imaginación, recrear personajes literarios, o ... simularlos. Lo virtual existe en tanto representación simbólica, es una realidad alternativa, lo que no está presente se lo puede sustituir por una *representación*, que lejos de recluirse a la copia es recurrencia y no repetición, con virtudes creativas y recreativas; una especie de “preter-real”¹² (del latín *praeter*, al lado de), una realidad *al lado* de la realidad con ventajas cognoscitivas o lúdicas.

Según Lévy el hombre se ha desarrollado a través de tres procesos de virtualización: el desarrollo de los lenguajes, la abundancia de las técnicas y la creciente complejidad de las instituciones (1999:67). El lenguaje fue la primera técnica de virtualización del hombre, a través de ella el presente -“tiempo real”- se abre a la posibilidad de recordar el pasado y de imaginar el futuro, es gracias a los signos que los procesos de representación se sofistican. El arte de la memoria que sirvió para reproducir prácticas culturales es más tarde apoyado por técnicas intelectuales como el glifo, el pictograma, el ideograma. De hecho, como lo señala Grusinski “la alianza constante entre la imagen y la palabra [...] participaban de manera sistemática en el ordenamiento de una realidad que vinculaba íntimamente la experiencia humana y el mundo de los dioses. Favorecían la representación, la manifestación antes que la comunicación, contribuían a modelar una percepción de las cosas, una relación con la realidad y con la existencia” (Grusinsky, 2001:22). Incluso llega a afirmar que fue el grabado y no la escritura, la “primera guerra de las imágenes” que existió como técnica de dominación en choques culturales como el de la conquista en México. Las pinturas son tanto imágenes como textos. La importancia de los pictogramas no debe darse por descontada, en un momento en que la humanidad está volviendo al mundo de las imágenes como formas de relato substanciales.

Pero la concepción del tiempo se vuelve todavía más compleja a través de la escritura, se pueden pensar tiempos simultáneos en espacios artificiales y esto tiene como resultado el nacimiento de un nuevo tipo de raciona-

12 Expresión que Jacques Maritain aplicaba al ámbito de las matemáticas. Citado por Quéau (1995:39).

lidad. El soporte en papel del lenguaje se vuelve fundamental, en su momento McLuhan afirma que el derrumbe del Imperio Romano en gran medida se da cuando se secan las fuentes de papiro que provenían de Egipto; que gracias a la invención del pergamino, el Imperio Carolingio lo sucede. Pero los soportes que el hombre ha utilizado a lo largo de la historia no han dejado de innovarse, desde la piedra y la arcilla, el papiro y el pergamino, el papel, el celuloide hasta los bits. La pantalla se ha convertido ya en un nuevo soporte, en una nueva técnica intelectual.

Los tipos de racionalidad que inauguran los sistemas de representación y sus soportes, al mismo tiempo, crean vínculos económicos y políticos dentro las sociedades que los utilizan. Así, las tecnologías intelectuales están relacionadas a grandes transformaciones de la humanidad: el nacimiento de la escritura al surgimiento de los primeros estados burocráticos con jerarquía piramidal y a los primeros esbozos de administración económica centralizada; en la Grecia antigua, la aparición del alfabeto es simultánea al invento de la ciudad, de la moneda y a la creación de la democracia; la imprenta es la primera industria de masas y a través de ella, los periódicos fundan la opinión pública, una de las fuentes de la democracia moderna; los medios audiovisuales en este último siglo dan paso a la aparición de la sociedad del espectáculo (Lévy, 1999:91).

Aunque en su momento, las tecnologías intelectuales han sido dominadas tan sólo por las elites, esto no ha sido un impedimento para que las transformaciones antes nombradas hayan tenido lugar, ni tampoco significa que cada técnica tenga que desembocar necesariamente en este tipo de cambios de la sociedad. Sino todo lo contrario, los usos que cada sociedad hagan de una nueva tecnología intelectual serán los que determinen su importancia y su evolución dentro de la misma, son las culturas, las que se van configurando a partir del tipo de herramientas que privilegian, del tipo de instrumentos que convierten en prioritarios, al igual que los tipos de representaciones que pre valeden en ellas (mito, teoría, simulación).

¿En qué difiere lo virtual antes y después de Internet?.

En que el Internet es un espacio de *síntesis* creado de antemano matemáticamente. Es el entorno virtual el que ha cambiado, a través de él hemos inaugurado los mundos virtuales. Quéau define los mundos virtuales

como “una base de datos gráficos interactivos, explorable y visualizable en el tiempo real en forma de imágenes tridimensionales de síntesis capaces de provocar la sensación de *inmersión en la imagen*. En sus formas más complejas, el entorno virtual es un verdadero “espacio de síntesis”, en el que uno tiene la sensación de moverse “físicamente” (Quéau, 1995:15).

Las imágenes de síntesis parecen haberse convertido en la materia prima de lo virtual dentro del mundo de las nuevas tecnologías, al modificar nuestros métodos de representación, pueden cambiar nuestras formas de mirar las cosas, nuestros hábitos de trabajo y nuestras maneras de crear, al configurar una relación inédita entre el lenguaje y la imagen y al hacer posibles otros tipos de mediaciones entre las representaciones sensibles y los lenguajes formales. Las imágenes tienen una doble representación, sensible (sentidos) e inteligible (inteligencia). Las imágenes sintéticas en especial contienen esta dualidad representacional de forma más acentuada, si partimos de que para que exista la imagen es necesario que se cree un modelo (concepción formal, programa informático). La imagen plantea una representación visible, el modelo en cambio una representación inteligible. La imagen escapa de esta forma de las *metáforas* e ingresa al mundo de los *modelos*.

La imagen numérica es esencialmente dinámica, de un estatus lexical ha pasado a un estatus sintáctico, ha desarrollado su capacidad de ser un operador gramatical dentro del paradigma digital. La simulación virtual es la verdadera originalidad de estas nuevas formas de representación que rompen la analogía porque parten de modelos lógico-matemáticos, creados enteramente por el hombre, por manipulaciones simbólicas, por modelos y; porque ya no tratamos representaciones sino *simulaciones* simbólicas, que nos dan acceso a lo que Platón llamó el “mundo intermedio” y Aristóteles el “universo de seres de razón”.

Philippe Quéau, señala que “la mayoría de las imágenes sólo nos proponen ilusiones de mediación” (1995:22), entonces debemos preguntarnos ¿qué tipo de mediación puede hacerse a través de la pantalla? ¿Puede existir verdadera representación simbólica a partir de ella? Esto dependerá de los usos que se hagan de las imágenes y del tipo de imágenes que se utilicen.

Las imágenes “ídolos” sólo divierten, engañan con falsas mediaciones de representación simbólica. No provocan nada, no generan nada, sólo llenan un espacio vacío con otro vacío. Si lo virtual no se opone a lo real,

sino a lo actual, la virtualización es heterogénea, es volverse otro, es un proceso de recepción de la alteridad. Las imágenes, creaciones sintéticas, no son irreales, tampoco son representaciones, son mas bien simulaciones (hiperrealidades). Decimos que son reales porque no son imaginarias, porque producen efectos y pueden llegar a producir construcciones simbólicas (a través de su forma de “íconos”) (Quéau, 1995:22). Pero para que este tipo de construcciones se dé es necesario crear una distancia entre el sujeto y la cosa que percibe, entre pensamiento y conciencia, posicionarse desde un punto de vista. Esto es, habitar el espacio de la abstracción.

Ahora bien, el problema de la mediación es que tiene lugar en un espacio inmaterial en el cual los interlocutores no son personas sino sus *simulacros*. Por ende no sólo la representación presenta nuevos pliegues, también lo hace a su paso la percepción. Desde que nos ubicamos dentro de un espacio y vivimos la realidad en otro aparecen nuevos problemas que con los sistemas clásicos de representación se daban por descontado. Como el concepto de espacio o de lugar, *si estoy donde no estoy*.

El no lugar tiene características propias según Augé, también la palabra está presente pero de modos distintos –los mismos que nos vamos a permitir a manera de metáfora aplicar a la Internet-: de forma prescriptiva (haga *click*, aceptar, etc), de forma prohibitiva (no puede bajar el documento porque no tiene el programa que necesita) y de forma informativa (sitios web relacionados, el menú de contenidos del sitio web, *downloads gratis*).

Además entre el no lugar y el sujeto siempre existe una relación contractual ligado al control de la identidad; en el caso de la Internet es necesario tener un nombre de usuario y una contraseña por lo menos. El “no lugar”, a criterio de Augé, no crea ni identidad singular ni relación, sino soledad y similitud, los no lugares tientan al sujeto al narcisismo, lo inducen a hacer como los demás para ser uno mismo. Si bien la red cumple con todos los requisitos del “no lugar” de Augé, sería novedoso plantearnos el no lugar de la red como un camino a un *lugar*, a lugares creados en los últimos años: la comunidad virtual, el foro, el chat, en fin, el lugar antropológico que la Internet puede recrear.

Por otra parte, Quéau realiza la siguiente diferencia de los lugares: el lugar real, ligado al cuerpo, a su posición en el espacio real y; el lugar virtual, que no abandona lo real sino de forma imaginaria. El lugar virtual es para Quéau lanzarse al vacío, el “vértigo del abismo” (1995:26).

Pero ¿cuál es la posición del cuerpo en la constitución de subjetividad del sujeto dentro de la Internet? Si para Lévy “la piel también es el límite entre uno mismo y el exterior” (1999:29), en la red este límite se cumple como una desencarnación o como una reencarnación.

Dentro de la desterritorialización de la Internet –abstracción inherente de la modernidad–, ¿la piel y el cuerpo pueden ser los caminos para la recuperación del hombre del todo perdido? O es más bien, el mecanismo para que se cree un espacio de abstracción, entre el sujeto y el objeto donde aparece el lenguaje como un tercero, entre el objeto perdido y el sujeto moderno. La aparición del “lenguaje que da cabida a la entrada de los individuos al reino de los signos y de la creatividad” (Figuroa, 2003:118).

Si el lenguaje está presente sólo para guiar la travesía dentro del no lugar, entonces no existe la posibilidad de una mediación real para lograr la representación simbólica en la red. Si por el contrario, a través del lenguaje se constituye el espacio donde se construye la subjetividad, el espacio de la abstracción; la representación tiene más posibilidades de funcionar dentro de las relaciones entre el Yo y el Otro, de crear lugares antropológicos. Siempre con el riesgo inherente de funcionar a través de los simulacros, incluso del simulacro del Yo y del simulacro del Otro.

En todo caso, todas las posibilidades de mediación son viables dentro de la red. Nuestro trabajo es descubrir, de forma aproximativa, cómo y hasta qué punto, éstas se cumplen dentro de la Internet.

La Red

La Internet

Écran, pantalla en francés, en su origen significó: protección, barrera. Para Platón la pantalla está “hecha de ojos, oídos y del cuerpo en su conjunto”¹³, Zeus, para juzgar al hombre equitativamente, quiere desnudarlo de esta pantalla.

13 Platón, *Georgias* 523

Los ojos han sido, desde la antigüedad la pantalla del hombre, por un lado miran y, por otro esconden lo que no logran ver. Así la presencia se ha teorizado como un acto: ser, porque la presencia no es evidente en el ver.

Ahora poseemos la Red, la nueva pantalla, la máquina de representar; que a pesar nuestro, moldea nuestra mirada como jamás lo logró la pintura o la escritura. Una pantalla virtual, cuyo mayor riesgo es convertir lo virtual en referente de lo real, hacernos creer que lo real puede ser una extensión de los mundos virtuales a través de una pura idealización.

Pero de la misma manera en que fomenta la ilusión, puede también convertirse en una herramienta de dominio de la complejidad. La opción está en quien se sumerge en ella. Sin embargo, no podemos pasar por alto la gran fascinación que ejerce en sus usuarios, en especial en los más jóvenes, es la trampa de vivir en los mundos virtuales para evadir el mundo real. Como Quéau lo llama, el nuevo “opio del pueblo”. La gran tentación radica en la posibilidad de vivir virtualmente realidades contradictorias, sin atenernos a la lógica del mundo real.

A diferencia de Augé, Quéau opina que los mundos virtuales sí son lugares de socialización y, por tanto, de maduración simbólica, incluso va más allá y afirma que “los mundos virtuales, surgidos de nuestra creación, nos permiten entrever la posibilidad de que lo real sea también una especie de ciberespacio real” (Quéau, 1995:48).

Este no lugar de la pantalla de Internet ofrece la posibilidad de crear “puntos de vista simbólicos”, esto es, partiendo de representaciones sintéticas llegar a posicionamientos críticos de la propia representación simbólica crear el vacío en donde habita la abstracción. La Internet puede ser vista como el nuevo laberinto, en cuyos nudos se entrelazan imágenes y modelos, realidades y apariencias, ilusiones y síntomas.

El texto

El texto es un producto cruzado, no sólo es un conjunto de significantes que un autor plasma en un soporte intelectual. El texto, además de constituir un mensaje, es una secuencia fija de constituyentes (principio, medio, final) abierta potencialmente a cuantas interpretaciones sean posibles, porque las matrices que lo componen (lingüísticas, tecnológicas e históricas) no son susceptibles de reducción final.

El texto está formado por varios elementos: grafemas (letras), lexemas (palabras) y sintagmas (oraciones y frases). Y a su vez, está compuesto por cadenas de grafemas denominadas *texton* (unidades de sentido) y por secuencias ininterrumpidas de *textones* llamadas *escripton*.¹⁴ Es necesario aclarar, que otros autores utilizan el término *significante* para al *texton*, y significado para referirse al *escripton*.¹⁵

El texto puede a su vez ser entendido como “un paquete de materia *significante* que circula en el seno de las sociedades. Esta materia *significante* puede ser homogénea en el caso de los textos lingüísticos o mixta en las combinaciones de imagen y sonido con el lenguaje verbal, etc.” (Sexe, 2001:79). El texto puede también ser considerado un mensaje, según el modelo lineal funcionalista y, como tal, se entenderá por discurso a todo mensaje situado.

El hipertexto

En 1963, Douglas Engelbart crea el primer sistema hipertextual que consistió en desarrollar un grupo de herramientas que creaban un entorno en el cual se podía mantener información actualizada para personas dedicadas al procesamiento de la información. Hacia 1981 Theodor H. Nelson acuña la palabra hipertexto. A la cual define como “una *escritura no secuencial*, un texto que bifurca, que permite que el lector elija y que se lea mejor en una pantalla interactiva. De acuerdo con la noción popular, se trata de una serie de bloques de texto conectados entre sí por nexos, que forman diferentes itinerarios para el usuario” (Nelson, 1981:2).

De acuerdo a Landow, el hipertexto existe mucho antes de la digitalización de la información: “La cultura occidental imaginó entradas casi mágicas a una realidad en forma de red mucho antes de la aparición de las tecnologías informáticas [...] Al igual que el tipo bíblico, que permite a los acontecimientos y fenómenos significativos participar simultáne-

14 E. J. Aarseht., *No linealidad y teoría literaria. En Teoría del hipertexto*. 1997. Citado por Ana Revilla

<http://www.ucm.es/info/especulo/numero22/hipertex.html>

15 Ana C. Revilla, *Lectura y escritura en el hipertexto* <http://www.ucm.es/info/especulo/numero22/hipertex.html>

amente de varias realidades o niveles de realidad, la lexia individual aporta irremediamente un camino en la red de conexiones” (Landow, 1992:24). Pone así en entredicho, no sólo, la noción de hipertexto encerrado en una visión tecnologista, sino también, la conceptualización de los procesos cognitivos.

Hasta hace unas décadas, nuestra experiencia cognitiva fue entendida de modo secuencial. Lo fue, por el hecho de considerar a la escritura ordinaria, como secuencial, en dos sentidos: primero, porque nace de los actos del habla (secuenciales) y segundo, porque los libros se leen secuencialmente. Sin embargo en la actualidad, se sostiene que la estructuración de las ideas no es secuencial. Y es por ello, que el hipertexto ha ganado relevancia. A través de él es posible generar otras descripciones de la realidad, establecer nuevas formas de sentido, al resignificar y activar otras conexiones. Es gracias al hipertexto que desaparece la idea de totalidad propia de la narrativa convencional, que constituye lo narrado a través de una cadena de lazos particulares. El hipertexto se puede entender como el laberinto dentro del cual los textos no quedan reducidos a la obra.

Barthes en su concepción del texto ideal describe lo que ahora entendemos por hipertexto: “En este texto ideal, abundan las redes (*réseaux*) que actúan entre sí sin que ninguna pueda imponerse a las demás; este texto es una galaxia de significantes y no una estructura de significados; no tiene principio, pero sí diversas vías de acceso, sin que ninguna de ellas pueda calificarse de principal; los códigos que moviliza se extienden *hasta donde alcance la vista*; son indeterminables...; los sistemas de significados pueden imponerse a este texto absolutamente plural, pero su número nunca está limitado, ya que está basado en la infinidad del lenguaje”.¹⁶

16 Roland Barthes, citado por Landow (1992:15).

Los símbolos de la red

Diseño de la web

El diseño ha sido teorizado a partir de tres corrientes:

- Teoría instrumental.- La función del diseño es comunicar, tanto virtudes del producto como modos de uso etc.
- Proyectual.- El diseño está ligado inmediatamente al concepto del producto, a la apropiación simbólica del mismo y al consumo.
- Conductista.- El diseño es una estética de la posmodernidad, por una parte objetos que nos seducen y nos fascinan y por otra, sujetos demandantes de esos objetos.

La versión semiológica, en cambio, explica el diseño a partir de los discursos que lo habitan. Para Sexe el diseño es en sí mismo un discurso, uno más, puesto que una situación diseñal puede pensarse como una situación discursiva, la cual no puede ser abordada desde la comunicación, porque diseño y comunicación comparten el signo y comparten las relaciones que los signos establecen entre sí (Sexe, 2001:17). Incluso señala que una configuración de diseños, o lo que es lo mismo, de discursos, se convierte en un discurso social (Sexe, 2001:85); porque para que exista un discurso social es necesario que se den dos premisas: toda producción de sentido es, necesariamente, social; y, todo fenómeno social es un proceso de producción de sentido.

Esto nos lleva a cuestionarnos si la realidad en la que vivimos es una realidad diseñada, que parte de otra mucho más extensa, esa realidad que no transitamos, que no recorremos. Hojman lo dice abiertamente: “A veces se dice, con sorpresa, con alarma, que da la impresión de que en ciertos círculos de poder se vive en un país distinto al que vivimos los demás. Todos somos más o menos conscientes de que hay un país que no miramos. Es, entonces, posible pensar que viven, vivimos en un mundo diseñado, en una realidad *prêt-à-porter*. A veces la otra realidad irrumpe violentamente, intempestivamente; el orden se quiebra, el diseño muestra sus fisuras”¹⁷.

17 Eduardo Hojman *Prólogo* del libro de Sexe (2001:12).

Los sitios web diseñan un espacio virtual específico donde ciertas cosas son posibles y otras no, de este espacio virtual se excluyen otros espacios virtuales. El navegante sin darse cuenta está compelido a explorar sólo lo que el sitio web le permite. Esto nos lleva a analizar que el diseño de la web maneja discursos que incluyen al usuario dentro de una realidad virtual y lo excluyen de otras. Y es justamente este diseño, que a su vez es un discurso, el que nos interesa investigar en este trabajo.

La comunicación dentro de un *website* no puede ser entendida sólo como un instrumento para enviar un texto, desde un emisor a un destinatario, es necesario replantearse la comunicación como una situación de producción de sentido. Al no existir ni emisores ni destinatarios neutros, es preferible hablar de instancias de emisión y de instancias de recepción. Este planteamiento cambia el concepto de mensaje por el concepto de discurso dentro de la comunicación.

Así, en la instancia de emisión nos referimos a las condiciones de producción de un discurso y, en la instancia de recepción, a las condiciones de reconocimiento. Este proceso logra, de este modo, incluir las subjetividades, las características subjetivas (tanto de emisores como de destinatarios), las condiciones culturales, simbólicas, emotivas, tecnológicas, materiales, implícitas y explícitas dentro del proceso de producción y de reconocimiento del discurso; o en otras palabras, de un texto situado entre las condiciones de producción y reconocimiento.

Sistemas de símbolos: simbólicos y semi simbólicos

Lo semiótico versus lo simbólico.- Louis Hjelmslev distingue entre sistemas semióticos y sistemas simbólicos. Un sistema semiótico se caracteriza, sobre todo, por la presencia de un plano de la expresión (significante) y un plano del contenido (significado). El primer paso que da la semiótica frente a un sistema semiótico es el describir los dos planos del sistema que acabamos de indicar. Dentro del plano de la expresión el significante se indica entre barras dobles (/.../). Por ejemplo el significante /gato/. Se procede a continuación a descomponer el significante en los elementos más pequeños de sonido, que se denominan fonemas: /g/ + /a/ + /t/ + /o/.

Dentro del plano del contenido el significante se describe entre comillas (“...”): “gato”. Igualmente, este significante puede ser descompuesto

en otros significantes más elementales llamados semas: “animal” + “mamífero” + “cuadrúpedo” etc.

Tanto a los fonemas como a los semas se los denomina figuras, tanto en el plano de la expresión como en el plano del contenido. Existe una consecuencia muy importante que se deriva de la diferencia entre significado y significante. La cual explicaremos a través del siguiente ejemplo:

/El gato juega con Luis/
/El gato juega con la pelota/

Las dos frases varían de significado sólo porque se ha cambiado un significante. Por una parte, no varía el hecho de que es el gato el que juega, pero sí, que una vez juega con Luis y otra con la pelota. Y esto depende de que los significantes tengan siempre un respectivo en el plano del contenido.

C:	animal	cuadrúpedo	mamífero	
	“gato”			
	/gato/			
E:	/g/	/a/	/t/	/o/

Un sistema simbólico contiene sólo significantes y significados, está desprovisto de figuras. Por tanto, dentro de este sistema, es posible distinguir una simetría entre el plano de la expresión y el plano del contenido. El ejemplo que Hjelmslev utilizaba era el del semáforo:

C:	“partir”	“atención”	“parar”
E:	/verde/	/amarillo/	/rojo/

Al tratarse de un sistema más simple, el análisis no se realiza a través de figuras y por ello es posible lograr una perfecta correspondencia en ambos planos.

Al igual que los sistemas simbólicos, los sistemas semi simbólicos se caracterizan por la conformidad; pero una conformidad con respecto a la categoría de la expresión y del contenido y no solamente a los elementos particulares de dichos planos. En otras palabras, dentro de un sistema simbólico la unidad particular de la expresión corresponde a la unidad particular del contenido. En cambio, en un sistema semi simbólico, se crea una correspondencia entre una categoría de la expresión y una del contenido. Por ejemplo, en el sistema gestual del *sí* y del *no*, para decir que *sí*, se mueve verticalmente la cabeza y para decir que *no*, se la mueve de forma horizontal. Entonces, desde la perspectiva de la expresión tenemos la categoría verticalidad/horizontalidad y; desde el punto de vista del contenido encontramos la categoría afirmación/negación.

Así, la fórmula “verticalidad : horizontalidad : : afirmación : negación”

Se lee: “verticalidad” es a “horizontalidad” lo que “afirmación” es a “negación”. Esta fórmula se denomina: fórmula de la homologación¹⁸. Por lo cual, el sistema del *sí/no* es un sistema semi simbólico.

Este sistema del *sí/no* lo encontramos en la web. Cada vez que un navegador está frente al interfaz de la pantalla, se encontrará frente a links, ante los cuales deberá realizar la fórmula de hacer/no hacer click, con lo cual accede/o no accede a lo que le invita el interfaz.

Los signos sintéticos

Los signos creados sintéticamente para la programación de la web, son signos que pueden ser matemáticos, verbales o pictóricos. La primera cuestión a tomar en cuenta, con respecto a los signos electrónicos o sintéticos, es la diferencia entre el signo y su referencia. Vale decir, entre la dirección de localización en la memoria del computador y el valor almacenado en esa misma dirección. A pesar de que la lectura tradicional es posible en el hipertexto, la novedad de la lectura hipertextual; es que el propio computador ayuda a definir los trayectos a seguir. Las palabras en un texto electrónico sugieren su propia referencia, por el hecho de estar contenidas en unidades de tópicos relacionadas con otras unidades de tópicos de múltiples maneras. Por esta razón, los tópicos en sí mismos se convierten en sig-

18 Pierlo Polidoro, *Los sistemas semisimbólicos*, <http://digilander.libero.it/pieropolidoro/lezioni.htm>

nos; signos definidos no sólo por las palabras que contienen sino por su relación con otros signos de tópicos. “El computador hace explícita y operativa esta relación mientras el escritor crea y el lector lee”¹⁹.

Por otra parte, los signos dependen del medio en que están anclados, dependen de la superficie y de los instrumentos que los afectan. El hipermedio de la web es más complejo que cualquier otro medio porque se convierte a la vez en superficie e instrumento de un tipo único de escritura. Esto se debe a que el proceso de semiosis actúa de un modo distinto: el movimiento de un signo a otro en el acto de referencia dentro de un texto electrónico no sólo se refiere potencialmente a otros signos, porque no sólo las palabras sino cada tópico y los enlaces que los conectan son parte del proceso de significación.

En otras palabras, partimos de la teoría de Pierce que sostiene que: entre el signo y lo que éste representa debe existir un puente llamado interpretante.²⁰ El interpretante es el proceso a través del cual el signo es definido y por tanto se convierte en otro grupo de signos: “Ahora bien, el Signo y la Explicación constituyen otro Signo, y, puesto que la Explicación será un signo, éste requerirá probablemente de una explicación adicional, que tomada con el Signo ya ampliado dará origen a un Signo mayor...”²¹.

En el lenguaje sintético de la interfaz, los signos no sólo los constituyen las palabras del texto, sino los menús, las flechas, la base de datos que el computador registra *detrás* de la imagen de la pantalla. La diferencia con los otros medios reside en que el proceso de interpretación ya no tiene lugar *frente* al texto, sino, a través de interacciones entre la mente del lector y la estructura de datos *detrás* de la interficie del texto.

De este modo la interfaz duplica el proceso de interpretación. Según Bolter, “los enlaces en un hipertexto son los actos de representación que mueven al lector desde un signo a otro [...] el escritor crea un espacio electrónico de modo que un signo apunta a otro o a muchos otros signos. Los lectores seguimos esas conexiones y nos movemos sobre un espacio con trayectorias de interpretación predeterminadas, o creamos nuestras

19 Bolter *Electronic signs* pp.3

<http://www.rochester.edu/College/FS/Publications/BolterSigns.html>

20 Pierce, citado por Eco (2000:114)

21 Pierce, citado por Eco (2000:115)



propias trayectorias. En términos piercianos, el sistema del propio computador se convierte en el interpretante de cada signo, y la interpretación deviene el proceso de seguir los enlaces de acuerdo a los de la lógica de la computadora²². Así, la interfaz interviene en el proceso de interpretación duplicando tanto al autor como al lector, interpretando o mal interpretando el uno al otro.

Los tipos de signos en la web según la clasificación pierciana son:

- Símbolos.- Los símbolos son signos artificiales, están relacionados arbitrariamente con su objeto donde esta relación debe ser aprendida. Las marcas de los productos, sus logotipos y sus *slogans* son signos de orden simbólico. Por ejemplo, el logotipo del *homepage*:



Por otra parte, son también símbolos: “@” “.com”

- Íconos.- Los íconos en la web dan acceso a un tipo de información. Las imágenes utilizadas en los menús que pueden ser identificadas sin un texto son ejemplo de íconos. Por ejemplo:  los íconos en la web por lo general van acompañados de texto, tal es el caso de:  Por ello, en los *homepage* los íconos son los signos menos puros.
- Índices.- Se pueden considerar índices a las barras de navegación -cuadros de contenidos, menús- los cuales sirven como mapas de ubicación dentro de los sitios como marcos. Por otra parte, las fotografías presentadas en la web son de tipo indexical; están relacionadas con su objeto a través del texto que las complementa.

22 Jay David Bolter *Electronic signs* en *Writing Space: The Computer, Hypertext, and the History of Writing* (Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1991) pp. 4
<http://www.rochester.edu/College/FS/Publications/BolterSigns.html>



El presidente Lucio Gutiérrez durante la inauguración del centro de desarrollo infantil.

Tanto los índices y barras se complementan con íconos y enlaces en las diferentes páginas para formar la interfaz del usuario

La representación simbólica en los 'no lugares' de la red

La opacidad de la red

Los elementos del lenguaje sintético como: las palabras, las imágenes, el sonido, el video, no son importantes por lo que *son*, sino por lo que *hacen*. Su función de signos y lo que éstos *significan* dentro del sistema de la web, es lo que vuelve a la representación simbólica crucial dentro del proceso de significación, tanto a nivel de producción como a nivel de interpretación. Es justamente este proceso de traducción el que facilita la comunicación, que no deja fuera las diferencias culturales ni las diferencias de poder entre los sujetos que participan del mismo circuito cultural. De esta manera, la representación conecta tanto lenguaje como significado a la cultura.

Sin embargo, la misma naturaleza de la web vuelve a los portales espacios "opacos" como consecuencia de la cultura de la simulación. En la modernidad se entendía algo como transparente, cuando era posible ver con facilidad cómo hacerlo funcionar, esto es, los mecanismos y los procesos para que aquello funcione. Esto estaba vinculado a asumir la responsabilidad de que la máquina funcione correctamente.

En la posmodernidad, en cambio, se da preferencia a la superficie, se trabaja sobre la simulación por encima de lo real. Según Jameson, a la era posmoderna le faltan objetos para poder representarla, mientras la moder-

nidad ha tenido objetos poderosos con los cuales ha imaginado la naturaleza de la modernidad industrial, imágenes que han representado las relaciones mecánicas entre el cuerpo y la mente, el tiempo y el espacio.

La era posmoderna no ha tenido tales objetos, según el autor “el posmodernismo mina las epistemologías de la profundidad que había tras la representación tradicional”²³. Así, lo manifiesto no hace referencia a lo latente, la existencia no hace referencia a la esencia, el significado no se refiere al significante. En otras palabras, el posmodernismo sólo se puede representar por objetos que desafían a la propia representación. Por ello, él propone como necesario construir una “nueva estética de los mapas cognitivos, una nueva forma del pensamiento espacial que nos permitiera al menos registrar las complejidades de nuestro mundo” (Jameson, 1992:113).

El mundo actual es un reto para la mente humana, ya no es posible descifrarlo en términos de principios primarios. Por ello, la tecnología a través de la simulación, es una ventana abierta para que el hombre se apropie del mundo real, ya no desde abajo, como en la época moderna, sino desde una negociación más inteligente (Turkle, 1995:60). La opacidad de la sociedad se reflejará entonces en la opacidad de la web y aprender a navegar en esta opacidad implica navegar en sus contornos. Los “placeres de la opacidad” a los que Baudrillard hace referencia, tratan sobre las posibilidades de penetrar y negociar lo posmoderno a través de la seducción de la tecnología.²⁴ La estructura del portal es una exaltación de la reflexividad, de la opacidad. El sistema de marcos anidados que posee el portal es el *débrayage*, que sirve para reconocer un texto como tal, para abrirlo y para cerrarlo. La situación de la enunciación fue definida por Greimas y Courtés como “yo aquí y ahora”, de ahí que, en la comunicación oral, la situación de la enunciación siempre puede ser identificada. Pero en un texto escrito, según estos autores, la situación de la enunciación se pierde; porque la lectura de un texto cancela el “aquí y ahora”. Dicha lectura sólo puede suscitar un simulacro (un tiempo diferente del que fue escrito, un espacio diferente al que se encontraba el emisor cuan-

23 Citado por Turkle (1995:58).

24 Jean Baudrillard *Simulations* 1983 <http://65.161.65.84/frownland/text/simulations/simulations.html>

do lo escribió). El *débrayage* es la negación de la instancia de la enunciación, el *débrayage* es tanto temporal como espacial. Se produce de manera automática frente a un texto escrito.²⁵

En cambio el *embrayage* tiene como finalidad sugerir las situaciones de la enunciación (ya que nunca podrá resucitarlas), crear una ilusión efectiva de la presencia y contemporaneidad de una situación de la enunciación, que no existe en realidad. Esto se logra a través del uso de: pronombres de primera o segunda persona; tiempo presente; o frases como ahora, aquí. Ciertos espacios dentro del portal, están destinados a intentar contactar al usuario de forma personal, lo cual conlleva otro tipo de configuración, otras formas de abordar el simulacro. El mecanismo que se utiliza en los espacios de interacción es el *embrayage*

En la web los objetos no tienen un referente físico simple, es decir, sólo existen signos tomados desde la realidad que sustituyen a lo real. Por tanto, el simulacro es el tipo de representación que carece de originales, porque en el mundo posmoderno sólo trabajamos las *interficies* y no la profundidad.

Si tomamos en cuenta que los no lugares no se habitan y sólo se usan, no importa cuán amigable pueda ser un portal, o un vortal no deja de ser un lugar de paso en el que se ejecutan determinadas acciones, se cumplen intereses específicos. La travesía del hipertexto es siempre única y personal, pero responde siempre al tipo de señales que se le ofrecen al navegante para llevarla a cabo. Estas señales son diseñadas por otros –autor, *web master* del sitio, etc. El sujeto sólo puede realizar las opciones que le son permitidas dentro del sitio, lo cual indica que las opciones no son ilimitadas.

El *homepage* de un sitio web puede originar la travesía por la red. En este trabajo lo hemos considerado un no lugar por ser un lugar de tránsito, un lugar no habitado antropológicamente. La navegación por el no lugar usualmente se realiza en solitario, sin sentido de pertenencia a una comunidad virtual. En este sentido los *homepage* escogidos son relevantes para esta investigación, primero porque podremos diferenciar un portal: www.interactive.net.ec –sitio web politemático, de arquitectura horizontal-, de un vortal: www.presidencia.gov.ec –sitio web monotemático de arquitectura vertical- y, segundo, porque abordan al navegante desde dos

25 <http://digilander.libero.it/pieropolidoro/lezioni.htm>

perspectivas distintas: Interactive es un sitio web cultural y la Presidencia es un vortal político.

El portal al igual que un periódico es un soporte de noticias. Por ello es tan importante que estas noticias y la información que contienen sean consideradas objetivas, creíbles. Es a través del *débrayage* que se aleja el enunciado del emisor y, con ello, también su influencia, su propia subjetividad. El portal desarrolla dos discursos diferentes: suministra enunciados (noticias), dentro de los cuales el *débrayage* sirve para distanciar al enunciador y ofrecer la sensación de seriedad; y, tiene una naturaleza reflexiva y es, en sí mismo, un acto de enunciación. El enunciador recalca que es él quien organiza y selecciona la información (no nosotros), es él quien propone *el* discurso. Enfatizando que se trata de un discurso *objetivo*. El portal a diferencia de otros sitios web, no intenta construir dentro de la página el simulacro de un espacio real, a pesar de utilizar espacios de interacción (foros, concursos, etc) la estructura visual está diseñada para ofrecer información. Es y será un espacio artificial al servicio del navegante, donde el *débrayage* es utilizado intencionalmente. Así el portal mantiene las siguientes características:

- Dimensión de la representación: reflexividad - opacidad.
- Estrategia comunicativa: objetiva - información.
- Categorías topológicas: rectilíneas.
- Categorías eidéticas: rectas.
- Categorías cromáticas: radicales – llenos de saturación.
- Texto verbal: escrito - *débrayage*

Los navegantes no leen las páginas web, las recorren. La travesía empieza por identificar la *barra de título* de la página que les indicará a qué tipo de sitio han ingresado.

Interactive si responde- Microsoft Internet Explorer

Seguidamente ojean los títulos, los epígrafes, las figuras, los gráficos, las imágenes. Buscan el recorrido a realizar. El tiempo promedio que en este trabajo ha tomado a los usuarios empezar la navegación es de dos minu-

tos. Es importante tomar en cuenta que de las veinte personas que visitaron www.interactive.net.ec, (4 conocían el portal -por utilizar sus servicios de Internet-, los 16 restantes entraron en el sitio por primera vez). En el caso del vortal www.presidencia.gov.ec los 20 informantes que ingresaron a él no conocían de su existencia.

El primer click es el punto de inicio de la lectura hipertextual, es el momento en el que se identifican las señales conocidas y se exploran las menos familiares o desconocidas. Es importante anotar, que el uso de los íconos de navegación de los *homepages* observados –menús superiores, formatos de los links- ya eran parte del capital simbólico de los usuarios. Excepto el ícono (calendario del vortal www.presidencia.gov.ec), al cual accedieron 15 de los 20 participantes para saber de qué se trataba y jugar un momento con él.

Los resultados de la prueba señalan que la representación simbólica en el no lugar, empieza en el reconocimiento de los íconos de navegación. Los navegantes desean identificar las herramientas del interfaz antes de adentrarse en las *interficies* de la pantalla. En cierta forma, ello está justificado por varias razones: a) desean saber dónde están, cómo avanzar o retroceder, cómo acceder a otros espacios si optan por ellos; b) desarrollar habilidades de navegación; c) satisfacer su curiosidad.

En el no lugar, se hace uso del capital simbólico adquirido con anterioridad, de ahí el interés de los navegantes en los íconos de navegación. Esto equivale a conocer que la luz roja del semáforo indica que hay que detenerse, caso contrario, se corre el riesgo de un accidente. Los navegantes evitan estos “accidentes” en la web si conocen mejor las señales de navegación. La importancia del lenguaje sintético para el usuario se vuelve evidente, es un lenguaje aprendido a través de la navegación. La apropiación de los signos sintéticos es personal, pero su uso no, ya que cada usuario utiliza estos signos del mismo modo al ingresar en la web. El interfaz no le permite personalizar nada que no sea el tipo de lectura hipertextual que llevará a cabo. Un link es un link, forma parte de un sistema de semi símbolos. La fórmula de la homologación se aplica entonces:

Accesar: hacer click sobre un link : : no acceder : no hacer click sobre un link.

La cual se lee: “accesar” es a “no acceder” lo que “hacer click” es a “no hacer click”.


Los signos sintéticos participan así en el proceso de la representación en la web porque son a su vez signos y referentes, porque son parte de la estructura interactiva de la interpretación que se realiza frente y detrás del texto. Son parte constitutiva de la opacidad de la interfaz y de su *débrayage*.

Los pasos siguientes de la navegación son más diferenciados entre un usuario y otro. El orden del recorrido fue diverso cada vez, sin embargo señalaré a continuación los puntos de coincidencia:

- Dirección de la mirada sobre el interfaz: El 80% de los navegantes empieza por observar la parte superior izquierda de la pantalla y recorrer el interfaz de forma oblicua hacia la parte inferior derecha. Sólo un 20% recorre el interfaz de arriba hacia abajo de forma vertical.
- En los casos de los usuarios que se interesaron por un texto en particular, empezaron su lectura pero no la finalizaron. Esto se debe a que la gente odia leer en la pantalla, es una actitud normal en la lectura hipertextual y, porque han desarrollado destrezas para desechar automáticamente lo que ya no les interesa.
- Muchos textos fueron sólo revisados (no leídos) –título, síntesis, imágenes-. Y la lectura no fue lineal, varios informantes leyeron parte del final, otros ciertos fragmentos de la mitad. La explicación a esta conducta es que los navegantes intentan obtener la mayor cantidad de información que les interesa con un mínimo esfuerzo.
- A partir del cuarto click hasta la finalización de la navegación, el promedio de ventanas abiertas por los usuarios varió entre el portal y el vortal. En el caso de www.interactive.net.ec el promedio fue de 3.75 ventanas y, en el vortal www.presidencia.gov.ec el promedio fue de 3.2 ventanas. Como podemos ver, el portal resultó contener más enlaces que merecían tomarse en cuenta una y otra vez que el vortal. El *zapping* en este caso estuvo condicionado por los intereses de cada usuario, pero también por los niveles de atención que se prestan a cada ventana. Hemos podido observar que el *zapping* depende de las habilidades del usuario para navegar, por ejemplo: ¿cómo abrir una nueva ventana? éste fue el caso de la informante # 10 del portal de Interactive que al final de la prueba confesó que no sabía abrir ventanas paralelas y por ello no logró entrar a más sitios que le interesaban en el tiempo de la navegación.

- Ante un registro lingüístico o gráfico de la web utilizado por el usuario la posibilidad de representación simbólica aumenta. El navegante se siente más cómodo, ingresa a estos enlaces porque su comprensión no es puesta a prueba. Ante un registro que no comparte el bagaje enciclopédico del navegante esta posibilidad disminuye o se anula. En primer lugar porque, la información almacenada en su memoria permanente difícilmente puede procesar la nueva información sensorial adquirida, y porque ante un entorno de signos desconocidos, total o parcialmente, el informante desecha sus percepciones iniciales para buscar otros espacios de la web en dónde disfrutar de la experiencia virtual. Por ejemplo, el informante # 20 del portal www.presidencia.gov.ec respondió lo siguiente a la pregunta “Qué te pareció el lenguaje del sitio?”: “Es casi como entender inglés. Muy complicado para la gente de mi edad”. A la misma pregunta el informante # 1 del portal www.interactive.net.ec contestó: “En general es fácil de entender, pero hay zonas donde mejor es no meterse porque no se entiende nada”.
- Los tiempos de navegación sobre un enlace tienden a ser cortos en el no lugar del *homepage*, bien porque no responden a los intereses de los usuarios y realizan clicks en nuevas ventanas por simple curiosidad, o porque la lectura hipertextual no implica necesariamente una lectura lineal completa de un texto –aunque tampoco la anula-. Esta tendencia se acentúa porque los programas de los *homepages* –sistemas de marcos anidados del portal y del vortal- y el uso del ratón de la computadora facilitan las entradas y las salidas de los textos con gran rapidez. Operaciones complejas que sin embargo, parecen haberse convertido en mecánicas y naturales para los usuarios.

Cada nueva representación simbólica en el no lugar está condicionada por dos sistemas de percepción: las estructuras de memoria y el procesamiento de la información. Las estructuras de memoria funcionan primero a nivel sensorial, produciendo lo que Moreno denomina “almacenamiento sensorial”, de corta duración. Es decir, el sujeto mantiene por décimas de segundo una “imagen virtual” no interpretada (Moreno, 2000:58), vinculada “al afuera” como lo señalaba Freud. Una vez en el cerebro es codificada a través de la información de la memoria permanente, de este modo, la *imagen virtual* es interpretada y alcanza el nivel consciente.

Así, un nuevo ícono de navegación puede ser representado simbólicamente de manera más efectiva si el sujeto posee capital simbólico sobre otros íconos del mismo tipo. Sin embargo, no se pudo cometer el error de simplificar el proceso de representación de este modo. La metáfora, la sinécdoque o el asíndeton son figuras que pueden conducir a facilitar representaciones simbólicas de manera muy particular. Ciertos íconos de los sitios web pueden ser identificados incluso sin que aparezca su leyenda, por ejemplo: . Por ende, la dimensión cognitiva de cada navegante intervendrá en el proceso de representación simbólica de forma única e independiente. A pesar de que las interpretaciones puedan ser muy similares, este trabajo no puede medir o diferenciar este tipo de similitud, sólo puede limitarse a investigar de qué hacen representación simbólica los usuarios que han participado en la navegación de los dos sitios web presentados en esta tesis.

A continuación se expone un resumen de los resultados obtenidos sobre qué puntos del *homepage* han generado representación simbólica y qué tipo de mediación se ha efectuado en el proceso.

Los logotipos de los homepages

Las personas que ingresaron al portal de www.interactive.net.ec recordaban en un ciento por ciento que el sitio tenía un logotipo en azul y blanco. Sólo un 20% señalaron que también tenía algo de rojo. Así los navegantes eran capaces de identificar el sitio a través de su logo.

De los navegantes que accedieron al vortal www.presidencia.gov.ec, sólo un 30% estaba seguro que el vortal tenía un logotipo que contenía la bandera del Ecuador y el palacio de Carondelet. El 70% restante no recordaba que el vortal se identificara a través de un logo, pero creían haber visto el escudo nacional.

Los íconos de navegación

Llamamos íconos de navegación a los componentes de entrada (destinados a grabación en introducción de datos en el ordenador), los cursores (o apuntadores, que pueden cambiar de aspecto según el proceso que están realizando), los menús de íconos que varían de un sitio web a otro.

En el caso de www.interactive.net.ec tenemos los siguientes ejemplos:



En el portal de la presidencia ecuatoriana sólo contamos con el siguiente ícono:

Si no se toma en cuenta la importancia de su representación simbólica podrían pasar desapercibidos, en especial por tratarse de semi símbolos. Pero de hecho, no podría existir navegación si no se lograra identificarlos e interpretarlos.

Los menús en texto también son íconos de navegación. En este caso en cambio, tratamos con sistemas de símbolos, es decir, con conjuntos de reglas que se ocupan de elementos relacionados entre sí; las reglas son arbitrarias y el sistema que generan se contiene a sí mismo, no es posible salir del sistema hacia el mundo representado, porque al igual que en un diccionario, los signos sólo guían hacia cualquier parte del mismo sistema. Por otra parte, cada categoría del menú se convierte en signo tópico, “definido no sólo por las palabras que contiene, sino también por su relación con otros tópicos”.²⁶

El 70% de los navegantes del sitio www.presidencia.gov.ec hizo su primer click de navegación en este tipo de menú. El 50% de los informantes del sitio www.interactive.net.ec hizo lo propio. Ello implicó que los navegantes por lo menos los ojearan los menús y escogieran una opción. Ahora bien, ¿lograron en esta visualización de los menús representación de cada una de sus categorías? No parece posible, porque al final de la prueba el 90% de los navegantes apenas recordaba los tópicos que contenían; tampoco fueron capaces de recordar el primer click realizado en el *homepage* ni el orden de sus siguientes enlaces. La importancia de estas barras de navegación radica en que constituyen señales que pueden seguirse incluso distraídamente para llegar de un punto a otro de la web. Digo distraídamente, porque hacer un click equivocado siempre puede ser remediado, a través de la opción

26 Jay David Bolter *Electronic signs in Writing Space: The Computer, Hypertext, and the History of Writing* (Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1991)
<http://www.rochester.edu/College/FS/Publications/BolterSigns.html>

Esta forma de iniciar la navegación no es sorprendente porque el navegante realiza su travesía dentro de un programa y es la computadora le mediadora entre el autor y el lector, es ella la que realiza el acto de explícita referencia entre un signo y otro. La representación simbólica difícilmente se realiza en estos espacios, lo hace, en otros puntos de la interfaz.

Los banners

En el caso del portal de www.interactive.net.ec. Se los ha dividido en dos categorías:

- Identificados previamente fuera de la web a través de otros medios de comunicación o consumo de los productos. El 100% identificó los *banners* de Cinemark, Multicines, Shumir, Ecuacolor.
- Identificados dentro del sitio por primera vez. El orden de registro fue el siguiente: Foro con Marissa (80%), Horóscopo (50%), Concursos (40%) y El producto estrella (20%).

Ninguno de los participantes mencionó los *banners*: Editorial, Lee la historia, Agenda cultural y Cirugía plástica.

Es interesante anotar que, ninguno de los navegantes hizo click sobre los *banners* identificados fuera de la web, lo cual corrobora los resultados del estudio realizado por Kim Doyle, Anastasia Minor y Carolyn Weyrich en 1997 -Universidad de Michigan- sobre el *click-through*²⁷ (Siri:2000). Los navegantes sí hicieron click en los *banners* identificados por primera vez dentro del sitio. Los porcentajes de *click-through* variaron de *banner a banner*.

En el caso del vortal www.presidencia.gov.ec, los *banners* de los ministerios del Ecuador no fueron identificados de forma particular. Ante la pregunta “¿Qué *banners* recuerda haber visto por primera vez en el sitio web?”, varias de las respuestas fueron las siguientes: “creo que se trataba

27 Click-through es un programa informático de base de datos que computa los usuarios que hacen click en un *banner* y registra el tiempo en que permanecen en ese vínculo. Dicho estudio comprobó que los banners que se encuentran ubicados en la esquina inferior derecha de la pantalla aumenta la posibilidad de click-through en un 228% por volverse más visibles para el usuario, y los ubicados en el tercio superior de la página aumentan dicha posibilidad en un 77%.

de instituciones del gobierno”, “me parece que vi el nombre de varios ministerios, pero no recuerdo cuáles”, “no me fijé”.

Estos resultados indican que cierto tipo de *banners* ya son capital simbólico de los usuarios, en especial los referentes a publicidad de productos fuera y dentro de la web, tal es el caso del enlace al buscador *Google* –que fue identificado por todos los informantes que navegaron en el sitio www.interactive.net.ec-. Y, que ciertos *banners* que son vistos por primera vez en el sitio pueden ser identificados y recordados por los usuarios, esto es, pueden pasar a ser almacenados en la memoria permanente del navegante.

Las imágenes

Es importante anotar que los informantes respondieron que preferían las imágenes al texto en un 70%. Y sin embargo, sólo dos imágenes de los respectivos *homepage* de los sitios fueron identificadas por los informantes: un 65% de los usuarios recordó la foto de Marissa y, un ciento por ciento identificó la foto del presidente Gutiérrez –posiblemente por ser la única imagen desplegada en el *homepage* del vortal-.

Ello puede responder a que ambas fotografías estaban cargadas de diversos significados para los navegantes, por tratarse de personajes conocidos; la primera en el mundo de la televisión y, el segundo, en el orden político ecuatoriano. El problema de estas imágenes es que difícilmente contienen mensaje alguno para personas que desconocen a los personajes. Para probar esta suposición, se presentó el sitio web a 20 informantes extranjeros por el lapso de 20 minutos, ninguno de ellos fue capaz de recordarlas o identificar los personajes de las fotografías.

Fuera del *homepage*, el 70 % de los navegantes del sitio www.presidencia.gov.ec ingresó a tres enlaces de imágenes –visita virtual al palacio de Carondelet, galería de fotos viaje presidencial y mapas-.

El enlace “visita virtual al palacio de Carondelet” causó gran frustración en los usuarios por varias razones, pues esperaban algún tipo de animación y sólo obtuvieron fotografías, al hacer click sobre cada una de ellas para ampliar la información no se encontró la página respectiva y, porque todas las fotografías publicadas no eran novedosas y no les llevaban a sitios del palacio que satisficieran su curiosidad. Una de las informantes indicó:

“me hubiera gustado ver la cocina del palacio, las habitaciones de los huéspedes por ejemplo, las fotos que vi puedo encontrarlas en cualquier postal del Ecuador”.

Sobre la galería de fotos de viajes presidenciales, el 90% de los usuarios sólo era capaz de reconocer al presidente pero no a sus acompañantes -el caso de la fotografía con George Bush fue la excepción-. Esto responde a que las fotografías no iban acompañadas de texto que explicara la fecha, el lugar, el motivo del viaje y, los personajes fotografiados.

Finalmente, los gráficos de los mapas no fueron de interés. Los usuarios, no los ampliaron y no se fijaron con detalle en ellos. Ninguno pudo responder si se trataba de los antiguos o de los nuevos mapas territoriales del país.

En el caso del sitio www.interactive.net.ec nadie ingresó a la foto del día del portal.

Los textos

Los textos recibieron otro tratamiento que las imágenes en los sitios web, en parte, porque los enlaces a textos fueron mayores a los de imágenes -no debemos olvidar que los enlaces a textos son mayoritarios en ambos sitios-. Lo cual nos indica que la palabra escrita es todavía la materia prima de la web, bien porque se utiliza de forma única en muchos espacios del portal y del vortal, o bien porque en general acompaña a las imágenes como leyenda.

Los resultados del “test de guerrilla adaptado”²⁸ señalan que el tipo de textos publicados en sitios web diferentes puede conllevar a apropiaciones y usos de los mismos muy particulares en cada caso por parte de los navegantes. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el tamaño de la muestra que participó en el test no es lo suficientemente significativa, de modo que es necesario ser muy cuidadoso con la información conseguida.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

28 Método utilizado para el estudio heurístico de usabilidad de los sitios web.

TEXTO COMPLETO			
www.interactive.net.ec		www.presidencia.gov.ec	
Informantes	90 %	Informantes	80 %
# de lecturas promedio	1.5	# de lecturas promedio	1.1
TEXTO INCOMPLETO			
www.interactive.net.ec		www.presidencia.gov.ec	
Informantes	80 %	Informantes	65 %
# de lecturas promedio	1.5	# de lecturas promedio	0.95
Empezando por la mitad		Empezando por la mitad	
Informantes	85 %	Informantes	95%
# de lecturas promedio	1.8	# de lecturas promedio	1.1
Empezando por el final		Empezando por el final	
Informantes	75 %	Informantes	35 %
# de lecturas promedio	1.2	# de lecturas promedio	0.8

Más informantes leyeron un texto completo en el portal de Interactive que en el vortal de la Presidencia. El promedio de este tipo lectura por informante también fue mayor en el portal de Interactive.



Con respecto a la lectura incompleta, los resultados señalan lo siguiente: más informantes iniciaron su lectura hacia la mitad del texto en el vortal de la Presidencia que en el portal de Interactive. Y menos informantes empezaron su lectura a final del texto en el vortal de la Presidencia, que en el vortal de Interactive. El porcentaje de este tipo de lectura por informante fue siempre superior en el caso del portal de Interactive.

La síntesis de los textos leídos tanto total, como parcialmente obtuvo los resultados que se señalan a continuación: del total de informantes que participaron en el test, sólo un 20% logró sintetizar con detalle lo más importante del texto, un 45% indicó de qué trataba el texto y, un 35% confundió fragmentos de este texto con el de otras lecturas realizadas en la prueba o no coordinó las ideas desarrolladas en esa lectura.

Para entender el tipo de lectura hipertextual desarrollada por los informantes de la prueba es necesario tomar en cuenta que ésta ha sido desarrollada en circunstancias artificiales. Primero, porque ninguno de los

informantes ingresó en los *homepage* de los sitios web intencionalmente –lo hicieron forzados por participar en este test-. Segundo, porque los navegantes estaban obligados a permanecer en cada sitio web por un lapso de tiempo determinado. Por lo anterior podemos deducir que, el tiempo y el espacio en los que se desarrolló la prueba condicionaron las actitudes de lectura de los informantes. A pesar de lo anotado, el test cumplió con su misión: no sólo comprobar que la representación simbólica es posible en el no lugar de la web, sino también identificar qué tipo de mediación se efectúa en estos lugares de tránsito; a través del análisis de los tipos de lectura hipertextual posibles y la capacidad de los navegantes de realizar síntesis de los textos leídos en la pantalla.

Los tipos de mediación

La web es un hipermedio saturado de estímulos audiovisuales y sonoros que se caracteriza por la capacidad de llamar la atención, de despertar el interés de sus navegantes. En muchos casos la interfaz, como una herramienta de la cultura del espectáculo, puede hacer prevalecer lo emotivo sobre lo abstracto. Pero el espacio del no lugar, a pesar de todos los signos visuales que contiene, está imposibilitado de abstenerse del texto escrito. Las señales que inician o acompañan el recorrido no logran independizarse de la palabra. Razón por la cual, ni las imágenes ni los íconos del *homepage* dejan de estar acompañados de leyendas, bien explícitamente como el siguiente ejemplo:  o bien, a través de otros mecanismos como el *roll over* sobre ciertos links, por ejemplo:  (Calendario). Por ende, en el caso de los *homepage* observados, el uso de la imagen como significante no ha sido desarrollado al punto de impedir el acceso a su significado, o de convertirse ella misma en significado. Pero sí ha logrado promover la proliferación de actitudes impulsivas, como lo demuestran los recorridos hipertextuales de los informantes –cambios de un tópico a otro sin estar atravesados por un relato, *zapping* hipertextual, número de ventanas abiertas simultáneamente, la obsesión por lo inmediato-.

Para explicar qué tipo de mediación de la representación simbólica han realizado los informantes en el no lugar del *homepage*, es importante primero hacer ciertas aclaraciones.

- *El no lugar es un espacio simbólico.*- Su navegación no resulta ser tan natural como muchos piensan, está impregnado de símbolos que deben ser conocidos y apropiados por sus navegantes.
- *Se privilegia lo narrativo sobre lo discursivo.*- “En todo relato existe un discurso más o menos latente” (Ferrés, 2000:29). Pero el no lugar no enfatiza el discurso, más bien exalta un tipo de relato dinámico e implicativo, más acorde a las características de nuestros tiempos: prisa y velocidad. El relato del no lugar se interioriza de forma inconsciente, ni las ideologías o las pautas de comportamiento que comportan le son comunicadas al navegante de forma explícita. De ahí la sensación ilusoria del usuario de mantener el control en el no lugar.
- *La espectacularización de la presentación de los contenidos.*- La forma en cómo se presenta un contenido está vinculada a la capacidad de atracción que represente para el navegante. Los títulos y las imágenes que acompañan al enlace de un texto deben ser atractivos, caso contrario, corren el riesgo de no ser leídos. Los significantes no son abstractos, son el signo de una *realidad* autónoma –incluso si no hacen referencia a realidad alguna-, razón por la cual, en el no lugar el flujo de impresiones momentáneas es incesante y fugaz.
- No es posible identificar ningún tipo de mediación simbólica en los casos en que el propio orden simbólico no interviene en la dialéctica de la visión y la mirada por no existir un horizonte de sentido entre la interfaz y el navegante.


La mediación en el *homepage* puede ser de dos tipos: mediación emotiva y mediación por argumentación.

- Mediación emotiva. Las emociones que median la representación no provienen de los significados -no son el resultado de un proceso de abstracción- sino de los significantes. No hay necesidad de comprender para emocionarse. El significante en sí mismo es portador de emoción directa, utilizando estímulos que provocan en el navegante la exaltación de los mecanismos psicológicos de su implicación emotiva. Corresponden a la imagen *mnémica* que no piensa nada de la cosa, que sólo la ilustra a través de los “residuos de estimulaciones pasadas”.

Los signos que originan este tipo de mediación pueden ser diversos, motivan al usuario a realizar opciones impulsivas que garantizan un placer inmediato.

En el no lugar, el signo de mediación emotiva por excelencia es el link. El asíndeton que vincula la lectura hipertextual mecánica y compulsivamente.

Los títulos de los textos también pueden provocar este tipo de mediación, evidentemente no todos, pero sí aquellos que explotan el sensacionalismo, el vértigo sensorial y la novedad: “Concursa y gana”, “¡¡Que viva la farra!!”.

Ciertos íconos de navegación como  el portal de Interactive son un pasaporte a la ilusión de goce. Sólo las notas musicales del signo crean expectativas de carácter emocional en los navegantes.

Las imágenes son también signos de mediación emotiva, su carácter evocativo favorece este tipo de mediación; pueden provocar proyecciones de sentimientos: emulación, identificación, repulsión, etc. que no se interiorizan necesariamente a través de un proceso de abstracción. Las fotografías del presidente Gutiérrez y de Marissa están cargadas de contenidos emotivos para los informantes de esta investigación

Los *banners* publicitarios como los de Cinemark y Multicines fueron signos de mediación emotiva. Los clicks realizados en ellos respondieron a la necesidad de satisfacer un deseo: ver una película –potencialmente–.

- Mediación por argumentación.- Comporta ir más allá del significante, entraña un proceso de abstracción –de conceptualización– que debe el significado. La mediación por argumentación debe “pagar un peaje: el paso previo por el intelecto” (Ferrés, 2000:32), capaz de crear un espacio entre el sujeto y la cosa representada. Este tipo de mediación tiene lugar a nivel consciente del navegante, la mediación por argumentación implica la modificación de las estructuras cognitivas del sujeto, que de acuerdo a Piaget, es el resultado de “la interacción entre el sujeto y el ambiente: la asimilación y la acomodación” (Ferrés, 2000:10”). Por una parte, en la asimilación el usuario adquiere información del medio y la ubica dentro de un esquema mental posible de

aplicar al medio; por otra parte, la acomodación consiste en adaptar el esquema mental a una situación en particular.

Los espacios del no lugar donde la mediación simbólica es argumentada son los siguientes:

- Los íconos de navegación.- Corresponden a este tipo de mediación, en tanto en cuanto, la representación simbólica de cada uno de ellos ha implicado que el navegante produzca un esquema mental de los mismos y lo adapte al medio cada vez que se encuentra con un tropiezo, tal es el caso del ícono -IMAGEN- del vortal www.presidencia.gov.ec. Una vez que los íconos han sido identificados como signos que ejercen una función determinada, un ícono desconocido debe ser aprehendido y adaptado al esquema para que pueda ejercer su función, por ende la mediación no es de tipo emotivo sino argumentativo.
- Los textos que han podido ser sintetizados por sus lectores, bien total o parcialmente, han sufrido un proceso de interpretación que implicaba procesar lo percibido por la memoria permanente. Convertirse a nivel consciente en nuevo capital simbólico de carácter racional.

Los discursos del no lugar

Los discursos del no lugar no son explícitos como lo vimos con antelación. Es necesario triangular los relatos que contiene el *homepage* para deducir cuáles están presentes regularmente y cuáles de éstos devienen, por su importancia, en discursos sociales o *formaciones discursivas*.

Partimos de que los discursos de la web no son abstractos, todo lo contrario, son textos situados entre un emisor y un destinatario. Según Foucault, un discurso jamás consiste en un texto, en una acción o en una fuente; el discurso es un sistema de representación que construye un tópicos que define y produce los objetos de nuestro conocimiento.²⁹ Los discursos de la web están enmarcados dentro de un diseño desarrollado -ya sea, para enmascarar o para hacer explícitos los discursos del sitio web- a

29 Foucault citado por Hall (1997:44).

través de la sintaxis, la semántica, la metáfora y la organización sistemática de los textos dentro de cada tópico; con dimensiones cognitivas, prácticas y sociales.

Los formatos de la página web condicionan el tipo de discurso a desarrollarse. Cuanto más politemático es el sitio, más difícil es lograr descubrir los discursos que maneja; cuanto más cargado en información sobre un mismo tema, su capacidad de disfrazar el discurso aumenta.; ante mayor espectacularización de los textos, menor revelación del discurso.

Por esta razón, el diseño de un sitio web es relevante con respecto a los discursos que enfatiza; porque al privilegiarlos, excluye del espacio virtual todos aquellos que no designa.

En el caso del portal www.interactive.net.ec se manejan dos tipos de discursos:

Discursos explícitos:

- Discursos pedagógicos.- El sitio *enseña* a sus usuarios temas de interés a nivel legal, tecnológico, viajes y salud.
- Discursos publicitarios.- A través de *banners*, suscripciones en espacios como Culturactive, Música y otros.
- Discursos de otros medios de comunicación.- CNN publica la noticia que considere más relevante sobre Ecuador una vez al día en el portal -el editor del *homepage* no puede oponer ninguna objeción al tipo de noticia que esta cadena de noticias decida, por estar obligado a ello por contrato- Los otros medios de comunicación están presentes dentro del portal en los siguientes segmentos: política, economía, editoriales, televisión *on line*, radio *on line*. Las noticias no son emitidas por el portal, ubicándolo como un emisor objetivo, lo cual lo libera de su responsabilidad sobre los contenidos de las mismas.
- Discursos sobre tecnología y servicios.- El sitio tiene como uno de sus objetivos la venta de servicios de Internet y publicidad *on line*.
- Discursos sobre moda.- En el segmento música, el navegante puede mantenerse al día sobre los grupos y canciones de vanguardia. En las categorías: sus artistas preferidos (entrevistas, concursos, conciertos, topten), piercing, tatuaje, vestuario y cine.

- Discursos enfocados en la comunidad.- Para ellos se destinan espacios de foros, encuestas y opinión en enlaces como negocios, viajes, gastronomía, lector.
- Discursos culturales.- Enfocados a las artes, deporte, astrología.

Discurso implícito:

- El portal de Interactive ofrece todas las opciones que sean de interés del usuario, es una especie de revista en línea para todo público: “tú puedes estar en todo a través de nuestro portal, puedes informarte, divertirme, aprender”.

Los usuarios no ponen en entredicho los discursos de este portal, en general se sienten cómodos, libres de escoger sus opciones sin ningún tipo de presión. A pesar de que su voz en los foros o espacios de opinión está limitada a contestar preguntas elaboradas por “otro”, el espacio público del sitio web no está construido *por* el ciudadano y los intereses que se comparten no son generados por los navegantes.

Existe una manipulación de lo público que no es visible para el usuario, esto se debe en parte, a que la estructura abierta del portal –posibilidad de salir del sitio web a través del link de *Google*- fundamenta una sensación de autonomía que impide el nivel de conciencia necesario para descubrirla. Es muy probable que el diseño de la página de Interactive haya colaborado a mantener ocupados a los navegantes y, por lo tanto, menos atentos del discurso implícito.

El portal www.presidencia.gov.ec igualmente maneja dos tipos de discurso:

Discursos explícitos: lo dicho.

- Discurso oficial.- Información sobre la gestión del Ejecutivo enfocada desde el gobierno ecuatoriano.
- Discurso institucional.- No sólo se ofrece información sobre la presidencia, sino también desde cada uno de los ministerios ecuatorianos.

Discursos implícitos: Lo no dicho.

- La información que ofrece es *transparente*. El ecuatoriano puede informarse de la *verdad* a través de este sitio web. Uno de los títulos de sus

notas de prensa es el siguiente: “Gobierno quiere transparentar la verdad”.

- Unilateral.- No le interesa el diálogo con la comunidad, su interés es ofrecer información filtrada por la sala de prensa de la presidencia hacia sus posibles usuarios.

Los informantes fueron capaces de descifrar el discurso implícito del sitio y sus comentarios son reveladores: “Informar lo que ellos quieren.; no les interesa saber lo que nosotros pensamos; no se alimentan de la comunidad; no quieren ser criticados”, “Manipular la información”, “Hacer creer al pueblo lo que ellos quieren”.

El diseño del vortal –aburrido, sin enlaces interactivos- no ha potenciado altos niveles de distracción en los navegantes, y como resultado, ellos se han visto un tanto forzados a prestar más atención a los discursos implícitos. Por otra parte, la reacción de los informantes se debe en gran medida al desprestigio de la institución como tal, la presidencia ecuatoriana ya no es una fuente confiable de información para el ciudadano, en especial si se sitúa como el emisor de la misma.

La representación simbólica en los *lugares* de la red

El chat

¿Las salas de chat son lugares o no lugares de la web? Al ser el chat un espacio de mayor interactividad para el navegante, sujeto a menores controles de la web y con mayor capacidad de situar el discurso propio de sus usuarios, mis prenociones me llevaron a clasificarlo como un lugar habitado antropológicamente por los internautas. Sin embargo, la investigación de campo realizada en estos meses me llevó a descubrir que el chat es mucho más complejo, en realidad estamos frente a un espacio de la web que ha elaborado sus propios discursos, con registros y tiempos que no pueden ser improvisados sino aprendidos, que no implica necesariamente lazo social y, que se presenta como el mejor escenario para la configuración del yo de un navegante que se escuda en el anonimato.

El chat se constituye en una de las interfaces más profundas de la web por ser uno de los espacios más habitados por la palabra de los navegantes, no necesariamente para crear vínculo social, sino por la simple facultad de ocupar un espacio que la posibilita.

Para estudiar el espacio del chat se llevaron a cabo noventa entrevistas abiertas con desconocidos en salas de chat al azar partiendo de una guía de preguntas semi estructuradas. El 44% de los informantes accedió a tener más de una entrevista, a través de las cuales se pudo profundizar temas como lo virtual, lo real y las relaciones personales en el chat. El 55.6% restante se limitó a colaborar con respuestas a la guía de preguntas inicial y, a través de estas entrevistas se intentó determinar si los *chateadores* buscan y encuentra vínculos sociales con otras personas de la sala de chat.

El lenguaje del chat

Para tratar el lenguaje que maneja el chat es necesario conocer el lenguaje del *homepage*, del sitio web a través del cual se ingresa a una sala de chat. El navegante debe primero encontrar el URL de un servicio de chat en el idioma de su elección, debe registrarse en él, y para ello debe escoger un sobrenombre o *nickname*, optar por el nombre de una sala de chat y finalmente empezar a chatear. Como vemos, debe cumplir con una serie de instrucciones y tomar ciertas decisiones para lograr chatear con otras personas, que no es otra cosa que atravesar un no lugar con la esperanza de llegar a un lugar de la web.

No trataremos el lenguaje del no lugar del *homepage* en el chat por ya haberlo desarrollado con anterioridad en los *websites*, pero sí nos concentraremos en el lenguaje que los navegantes utilizan una vez dentro de una sala determinada, sin tomar en cuenta los mensajes de voz ni las video conversaciones.

El lenguaje del chat es novedoso no sólo por el medio en que está anclado sino por los nuevos registros que utiliza,³⁰ tanto a nivel de la pala-

30 “Los lingüistas han demostrado que nuestra manera de emplear el lenguaje está muy relacionada con el contexto social, característica que designan con el término *registro* [...] y han concluido que el empleo del lenguaje en unos contextos sociales concretos está muy influido por las normas y convenciones sociales y por el medio de expresión”. Wallace (2001:26).

bra escrita como de los íconos que están a su disposición llamados *emoticons*. El chat ha fusionado el lenguaje escrito con el lenguaje hablado utilizando para ello estrategias antes inexistentes, ha fomentado tácticas lingüísticas basadas en la economía de las palabras y las frases para emular una conversación cara a cara.

- Toma préstamos de otras lenguas. Por ejemplo: “nos vemos bye”. (40% de los noventa informantes de chat que participaron en la investigación).
- Experimenta con nuevas formas de expresión al escribir las palabras de un modo original deformándolas de diversas maneras:
 - Palabras incompletas, por ej: “pa q lo haces” (78% de los participantes de la muestra).
 - Unión de dos palabras, por ej: “ktal” (35% de los informantes).
 - Referencias fonéticas, por ej: “x q t da mas confianza” (49% de los informantes)
 - Reemplazando palabras por emoticons dentro de las frases, por ej: “t mand un c tod mi ” (69% de los informantes).
 - Y finalmente, utilizando distintos tipos y colores de fuente o mayúsculas para denotar mayor o menor intensidad de emoción dentro del texto (ME ENTIENDES HA). Uso de mayúsculas el 37%, uso de negritas el 23% y uso de colores el 82% (color azul 71%, color rojo 29%).

Los recursos antes mencionados tienen como objetivo un tipo de comunicación más directa, más informal, donde todo es posible y mucho está por inventarse realzando el carácter lúdico de este espacio virtual, a través de una palabra que puede ser desfigurada y reinventada sin prejuicios. Un confín entre lo escrito y lo hablado cuyos límites se encuentran en la imaginación de los navegantes y en lo que el programa les permita realizar. El principio de comodidad ha universalizado estas nuevas formas de escritura, un navegante novato debe adquirir los mismos registros del grupo, caso contrario, corre el riesgo de no lograr mantener los contactos realizados.

Decimos que los *chateadores* hablan mientras escriben porque su escritura presenta características típicas del habla: la distribución de las formas morfológicas indica una fuerte preponderancia de los verbos sobre los sus-

tantivos y los adjetivos, la estructura sintáctica está llena de abreviaciones, formas implícitas, anticipaciones y reanudaciones de parte del discurso y la elección del léxico a través de la abolición de las fórmulas de cortesía.

Sin embargo, me llamó mucho la atención la respuesta del siguiente texto:

belen38: tell me Raja, do you think that you use words more then any other language on the web

male24chennai: no dear

male24chennai: i use expression more than words

male24chennai: for instance

male24chennai: if i want to wish my fd

male24chennai: i would rather send him a greeting rather typing a mail

Raja sostiene que él no se comunica con palabras sino con frases, las frases y no las palabras son la base de la comunicación en la web, son las frases a través de su adquisición socio cognitiva las que vehiculizan las representaciones sociales –que se tienen en común con otras personas- de los navegantes.

La conversación escrita del chat difiere de la conversación cara a cara, no sólo por utilizar registros de comunicación novedosos, sino también, porque los ritmos del chat son más lentos que en una conversación presencial o telefónica. Estos ritmos están determinados por el interés en la conversación, las habilidades mecanográficas, la velocidad de conexión y la simultaneidad de conversaciones en ventanas distintas.

Lo representado en el chat es posible en primera instancia a gracias a los nuevos significantes que están a disposición del navegante, bien a nivel del lenguaje sintético –*emoticons*, fuente y color de las palabras- y bien a nivel morfológico de los nuevos vocablos y, en segunda instancia, por las estructuras sintácticas creadas por los usuarios de este espacio de la web.

Pero ¿qué significan los *emoticons* y cómo actúan en la significación de un texto? Los *emoticons* son íconos que representan emociones y objetos con la finalidad de agregar calidez a la comunicación en la red, su diseño respondió a las exigencias de los navegantes de incluir imágenes en los textos escritos, no sólo para expresar mejor sus sentimientos, sino también para economizar la descripción textual de los mismos. La tendencia a la

economía del lenguaje y al valor simbólico potencial de la imagen en el chat se evidencia en las respuestas de los informantes:

male24chennai: yo siento que las imágenes pueden ser más descriptivas que las palabras

nicelookingfriend1981: en ellas todo luce bien

nicelookingfriend1981: una imagen vale por 1000 caracteres 🙌

vie: prefiero enviar una carita triste que describir mi tristeza ... es más fácil, no aburro a mis amigos con palabras.

Los *emoticons* no sólo son signos denotativos sino también connotativos, viabilizan un tipo de comunicación donde están presentes no sólo los contenidos de los textos, sino también los estados de ánimo de sus interlocutores. A través de ellos, el navegante intenta llegar al otro de forma más personal, expresar sus sensaciones y sentimientos y reforzar el sentido de una frase.

ELVIS PRESLEY: q teng un lind d 🙌

COMO ESAS NUBES.: p q' ya no contestas 🙄 🙄

El chat un lugar antropológico

El chat es un espacio de la web del cual resulta muy fácil entrar y salir, un espacio marcado por el anonimato. Son estas condiciones las que promueven formas de contacto distintas a las de la conversación cara a cara, en el chat los desconocidos se contactan sin necesidad de un tercero que los introduzca, basta que les llame la atención el *nickname* de otro *chateador* para que decidan iniciar una conversación privada y con esta misma naturalidad, pueden abandonarlo sin que intervengan emociones como la culpa o la vergüenza. La libertad de empezar o finalizar un contacto sin que nadie pueda identificar personalmente a otro ha generado una forma muy particular de relaciones personales sin parangón en el mundo fuera de la web, porque en el mundo virtual, el *otro* está representado inicialmente por una ventana y un *nickname* y no por un rostro real. Por otra parte, los *chateadores* realizan más de un contacto simultáneamente, lo cual implica un nivel de atención parcializada que influye en el ritmo del chat: a mayor

número de ventanas abiertas más lento es el ritmo de cada conversación, a menor número de ventanas más rápido es el ritmo del chat.

No obstante ¿qué buscan los *chateadores* en la web, por qué eligen una determinada sala de chat y qué obtienen a corto y largo plazo de los otros? He visitado cada categoría de sala de chat intentando descifrar si los temas que se tratan corresponden al nombre que las clasifica. Para mi sorpresa no es así, por ejemplo en la categoría *schools & educating*, sala *study group 5* que a simple vista parece ser muy específica, no se tratan temas vinculados a la educación.

Los intereses de los *chateadores* son conocer gente, hacer amigos y si es posible entablar relaciones eróticas con desconocidos. Los mismos temas que apasionan a los *chateadores* del resto de salas de otras categorías igualmente específicas.

Por otra parte, he identificado navegantes que no intervienen jamás en un chat privado y si se los contacta no responden. Al cabo de veinte intentos, en distintos días, uno me respondió que ingresa al chat a “mirar”.

Cada contacto puede ser una experiencia única, puede no durar más de diez minutos, como puede dar origen a múltiples formas de relaciones personales. El chat a menudo se inicia a través de frases que implican un cierto nivel de intimidad:

belen_al: hola Piloso
piloso: hola amor
belen_al: cómo estás esta mañana de Navidad
piloso: en mi trabajo y tu
belen_al: no te creo, estás trabajando?
piloso: si nena

Seguidas por preguntas muy personales (algo que no sucedería cara a cara), qué edad tienes, eres chica o chico, en dónde vives, eres casado/a:

dulce veneno: hola
dulce veneno: de donde eres
beln9: de Quito y tú
dulce veneno: que edad tienes
dulce veneno: manta

Si las respuestas complacen a los *chateadores* la conversación continúa pues se han sentado las bases sobre las que se pueden plantear otros temas de conversación. Generalmente, uno de los dos participantes proponer el primer tema de interés –no importa si es quien inicia el contacto o quien lo acepta–, en base a esta iniciativa la conversación puede continuar o ser abandonada. A menudo, se parte de preguntas particulares sobre un tema específico:

bisex 27: qué opinas del sexo entre hombres

belen38: me caen super bien los gays

bisex: mirá vos

Otras veces se responde con recelo a preguntas específicas:

belen38: disculpa que te pregunte, estoy haciendo una investigación sobre la web, puedes contestarme unas preguntas, y así pasas un poco el tiempo

COMO ESAS NUBES: OK

COMO ESAS NUBES: PERO NO ERES POLICIA VERDAD

Pero, en general las relaciones del chat se rigen por un principio: *creer lo que te dice el otro*. El juego de roles en la web es aceptado como algo natural, no importa que el otro se invente una identidad o experiencias, lo importante es *lo que te dice* en la pantalla. Las fantasías en la web son tomadas como algo objetivo.

anilkumarpatnam: too but if i trust them i will make them as

anilkumarpatnam: a close friend

La importancia de la máscara es la distancia interior entre la máscara y el sujeto, el proceso a través del cual ésta adquiere eficiencia simbólica, “el usar una nos hace realmente lo que fingimos ser” (Zizek, 1994:50). Y de esto se trata el simulacro del chat, no sólo actuar *como si* estuviésemos cara a cara con el otro, sino *como si* fuésemos “otro”.

La representación simbólica, no se limita a cómo representamos los signos de nuestra comunicación en la web, va más allá, trata cómo nos representamos a nosotros mismos frente a los otros y al juego de representaciones simbólicas entre sujetos simulados. Por ende la máscara se duplica en la simulación, primero a través de los signos con los cuales se repre-

senta en la pantalla (*avatares, emoticons*) y segundo, a través la identidad que estos signos encarnan.

Un usuario de MUD (*Multi Users Domain*) señala “¿por qué darle este estatus superior al yo que tiene el cuerpo, cuando los yos que no tienen cuerpo pueden tener diferentes clases de experiencias?” (Turkle, 1995:22). Para comprender el tipo de relaciones que pueden suscitarse entre *chateadores* es necesario entender que ellos comparten mapas conceptuales y sistemas de lenguaje propios, por esta razón la representación simbólica juega un papel crítico en el estudio de la cultura de la web y en la distinción entre sus lugares y no lugares.

En el chat los navegantes no sólo asumen máscaras, también buscan suplir sus deficiencias para relacionarse personalmente. Hay quienes no pueden hacer amigos con facilidad en el mundo real, la web para ellos, se convierte en una puerta de entrada a relaciones personales de distinta índole:

- Tipo I: Relaciones virtuales donde no se intercambian datos que puedan revelar su identidad en el mundo real, en este tipo de relación el simulacro es muy fuerte porque el anonimato desinhibe a los *chateadores* y la posibilidad de aparecer o desaparecer del campo visual del otro siempre es factible –basta con cambiar el *nickname* y el otro jamás podrá encontrarlo-. Su única forma de comunicación es a través de las salas de chat. Estas relaciones pueden ser increíblemente duraderas, porque están asociadas a un sentido de libertad muy fuerte.
- Tipo II: Relaciones virtuales con intercambios de datos personales –direcciones electrónicas, contactos en msn o yahoo- que se mantienen dentro del mundo virtual. En este tipo de relación los sujetos pierden privacidad, pueden ser *invadidos* por el otro con más facilidad. Es decir, se vuelven *visibles* para el otro cada vez que ingresan a su correo o a una sesión de msn o yahoo, sincrónica o asincrónicamente. Este tipo de relaciones tiene dos efectos: la alegría de encontrar al otro cuando coinciden en línea o reciben mensajes y tarjetas que consolidan la relación o malestar por ser abordados sin desearlo, en especial cuando el contacto ya no es considerado bienvenido. En este tipo de relación se pierde la magia del encuentro, la búsqueda del otro, con frecuencia se vuelve un peso para el sujeto que termina eliminando de su lista de contactos al otro para recuperar su libertad.

- Tipo III: Relaciones virtuales que involucran elementos del mundo real. Es muy común solicitar fotos, chat con video cámaras, números de teléfono, casilleros postales. Normalmente los sujetos se toman un tiempo para conocerse mejor antes de aceptar una relación de esta naturaleza, pero la tentación de transgredir lo virtual es muy fuerte en la web. Estas relaciones son muy populares, ver y ser visto es más emocionante que imaginar y ser imaginado. En este sentido, estas relaciones son más hijas de nuestros tiempos, de la cultura del espectáculo.
- Tipo IV: Relaciones que se inician en la web y terminan en el mundo real. Pueden dividirse en dos tipos:
 - Nuevos contactos a los que se proponen citas reales, estas invitaciones son muy precisas y sólo se realizan a personas que viven en la misma ciudad. Del grupo de informantes que participaron en esta investigación sólo un 5% ha participado de este tipo de relaciones.
 - Relaciones virtuales anteriores que toman este nuevo giro, por ejemplo uno de los informantes de este trabajo conoció personalmente a un amigo virtual de Venezuela, cuando por cuestiones de negocios debió viajar a dicho país.

Pero el caso más interesante fue el de un informante quiteño (entrevista personal, no a través del chat) que mantuvo una relación virtual amorosa con una chica de Guayaquil, luego de un año de chat en el que no se intercambiaron fotografías, deciden conocerse y se citan en el Mall del Sol –un sábado en el Patio de comidas-, sin darse indicaciones de cómo vestirían. No se explica cómo se reconocieron, ahora están casados y tienen dos hijos. Ya no chattean con desconocidos.

El chat es un espacio en que el sujeto concentra su individualismo y su fractalidad, porque sólo a través de las sesiones de chat privadas los sujetos se vinculan personalmente. Los mensajes públicos en la sala de chat tienen un ritmo muy rápido, los textos desaparecen de la pantalla en cuestión de segundos. Este espacio público no tiene restricciones de lenguaje, cada sujeto puede decir lo que quiere sin controles de un moderador. Por ello, se trata de un espacio crudo, donde los sujetos se seducen o descuartizan, sin término medio. Cada participante en su ingreso desea ser identificado por algo particular –un *nickname* llamativo, *emoticons* personali-

zados, frases fuera de lo común-. Es por tanto, un espacio performativo por excelencia que nos puede decir más sobre los discursos que maneja el chat que sobre las relaciones personales que se pueden construir en él.

Como podemos observar, el chat no es *necesariamente* un lugar antropológico ni es del todo un espacio de simulacro, pero puede serlo en muchos sentidos; es un espacio habitado por seres humanos que construyen lazo social con otros, habitado por *voyeuristas* o por personas que construyen identidades simuladas gracias al principio de no ser cuestionadas por el otro.

Las “amistades” en la web son efímeras, bien porque los contactos desaparecen o bien porque el interés en el otro decae; la duración de las relaciones de los informantes que participaron en la investigación, de acuerdo al tipo de relación, es la siguiente:

Duración	Tipo I	Tipo II	Tipo III	Tipo IV
1 a 2 meses	26%	77%	82%	56%
3 a 6 meses	41%	19%	15%	14%
7 meses a 1 año	33%	4%	3%	30%

En este trabajo no fue posible encontrar relaciones que hayan durado más de un año en la web, sin embargo, las relaciones de tipo III son las que duran menos en el transcurso del tiempo y las de tipo I las que más se prolongan a través de los meses.

La configuración del yo

En el chat cada sujeto debe buscar una forma de expresar quién es, el primer paso es encontrar un *nickname* que lo represente. El *nickname* debe reflejar *algo* del sujeto –real o imaginario-, es un signo que representa al sujeto ante otros en la pantalla, su *phántasma*.

En la figura del *phántasma*, el representante se confunde con el representado, comienza el juego de la seducción y de la imagen, el *phán - tasma* se convierte en la cosa, en el objeto, el adentro del sujeto se vuelve puro deseo de *tenerse* y el afuera en la imagen a la que intenta *aferrar - se*. A través del *nickname*, la imagen de la cosa se transforma en imagen

de la palabra con una exigencia de significación. Es por ello, la primera máscara.

De los noventa *nicknames* utilizados por los informantes de esta investigación el 37% de escogió apodos relacionados de alguna forma con ellos (chico tierno, piloso), el 28% se limitó a emplear su verdadero nombre (luisid, javi, marco), el 15% hacía alusión a personajes de la música, del cine o de la literatura (elvis presley, angra, satriani) y, el 20% frases (como esas nubes, stay just one step ahead!, brindó por eso).

Sólo el 12% de los usuarios cambia su *nickname* más de una vez, el 88% no lo cambia desde que lo creó. El 77% de los informantes utiliza más de un *nickname* para ingresar a distintas salas de chat.

El hecho de que los informantes en su mayoría no cambien su *nickname* es un síntoma de que entre la máscara y el sujeto se crea un vínculo al que es difícil renunciar –aunque resulta muy fácil hacerlo en la web-. Porque la construcción de la máscara implica al mismo tiempo parte de la construcción de la identidad del sujeto en la red. ”Tenemos muy pocas pertenencias en el mundo virtual, pero parece que las apreciamos muchísimo” (Wallace, 2001:51).

Las máscaras se construyen para seducir, la primera impresión que un *chateador* causa en otro puede ser decisiva, puesto que al no contar con otros elementos de juicio para descifrarlo –gestos, mirada, entonación de voz-, debemos imaginarlo por las representaciones que hace de sí mismo a través del lenguaje sintético. Como ya hemos visto, la primera es el *nickname*, la segunda es su discurso.

Los registros lingüísticos a utilizarse serán las marcas³¹ del texto que permitirán entrar en sintonía a dos *chateadores*. Si los navegantes no comparten el mismo registro, no existe producción de sentido y la seducción se evapora. Las marcas que sí son descubiertas por el destinatario se convierten en las huellas³² del discurso. A partir de ellas, el *chateador* puede seducir al otro gracias a la construcción de sentido, del o los discursos que se manejen en el chat. Compartir registros lingüísticos no garantiza el vín-

31 “están inscriptas en la superficie del texto [...] propiedades significantes cuya relación con las condiciones de producción y reconocimiento no se encuentra especificada. Por ejemplo, palabras, números, letras, que están “ahí” en la semiosis social” Sexe (2001:84).

32 “... cuando sí resulta establecida la relación entre una propiedad significante y sus condiciones de producción o de reconocimiento” Sexe (2001:84).

culo personal, en especial en las relaciones que se mantienen a nivel exclusivamente virtual.

Es en las salas de chat públicas donde las marcas y las huellas del texto se vuelven más evidentes, se puede reconocer con facilidad a los *chateados* - *res* novatos, a los *chateadores* de otras generaciones y a los *chateadores* que no comparten los intereses de la sala. La respuesta del resto de *chateados* - *res* no se hace esperar, empieza la tomadura de pelo en el caso de los novatos, y en rechazo a los “viejos” por medio de la indiferencia o de las exigencias para que abandonen la sala.

La segunda fuente de la seducción es la descripción que hace de sí mismo el sujeto. Es aquí, donde la construcción del yo virtual se pone en escena. Al no existir en la Internet el no simbólico -la figura del padre-, el navegante se construye virtualmente desde sus pulsiones narcisistas a sabiendas de que sus fantasías difícilmente serán realizadas en el mundo virtual. Por ello, imaginar una posible gratificación del deseo equivale a su gratificación real, un goce distorsionado que primariamente es el goce en el significante.

El *chateador* construye su personalidad sobre el “objeto a” lacaniano, es decir, sobre el plus de gozar.³³ Razón por la cual, creer en lo que dice el otro significa que el otro crea en lo que él dice. Por ello, imaginar una posible gratificación del deseo equivale a su gratificación real, un goce distorsionado que primariamente es el goce en el significante.

Así el chat, se basa sobre cinco marcos identificados en los juegos de rol de los preescolares: la vida real; vamos a chatear –ganar de hablar, responsabilidad reducida-; montar la fiesta –cuyo met mensaje es divertirse-; hacer comedia –empieza la simulación con las primeras máscaras-;

33 La analogía utilizada para entender qué es el “objeto a” es la noción del *fotón* en física. “Cuando los físicos se refieren a la masa de una partícula, habitualmente se refieren a su masa cuando está en reposo. Todas las otras masas son denominadas masas relativas; como la masa de una partícula aumenta con la velocidad, la misma puede tener cualquier número de masas relativas, cuyos tamaños dependen de su velocidad. La masa total se compone, así, de la masa en reposo más el excedente agregado por la velocidad de su movimiento. La paradoja de los fotones consiste, sin embargo, en que *no tienen ninguna masa en reposo*: la misma equivale a cero. El fotón es, de este modo, un objeto que sólo existe como plus, como la aceleración debida a su velocidad; en cierto modo, es “sin sustancia” –sí sustraemos la masa relativa que depende de su velocidad, es decir, si “lo aquietamos” e intentamos medirlo en su estado de reposo “tal como realmente es” se disuelve. Y ocurre lo mismo con el objeto a como plus de gozar: sólo existe en su estado distorsionado.” Zizek (1999: 45).

actuación –ser fiel al yo construido (Wallace, 2001:66-67). La identidad del *chateador* está inscrita dentro de un orden simbólico todavía poco explorado: la web. El orden simbólico le confiere al navegante, identidad simbólica basada en una serie de valores –todo es posible, libertad, transparencia-. Estos valores son ficciones que no tienen consistencia ontológica sustancial, por ende el navegante es gobernado por ficciones simbólicas establecidas por el Gran Otro. En este orden simbólico no se renuncia al “principio del placer” para dar paso al “principio de realidad”, se renuncia a él a favor del “placer en el dolor” –goce-. “... el *objeto* a sirve como sostén a la realidad: el acceso a lo que llamamos “realidad” se abre al sujeto a través de la hendidura en el circuito cerrado del “principio del placer” a través del molesto intruso en su medio [...] la realidad no es algo dado de antemano, sino algo cuyo status ontológico es, en cierta forma, secundario, en otras palabras: algo *constituido*” (Zizek, 1999:68). Pero, si la realidad es un postulado del sujeto, si la realidad es el intruso en el circuito del placer, ella es también una construcción del sujeto.

Por ello, la dimensión *performativa* de la máscara no es una novedad para el navegante y puede ser fácilmente asumida, porque su eficiencia simbólica está cimentada en el aprendizaje de otras ficciones simbólicas del Gran Otro –entendido como el lenguaje, la patria, el orden jurídico, etc-.

Las máscaras en el chat también son *voyeuristas*, en las salas de chat existen usuarios que no interactúan, navegantes que pueden acceder a un chat privado siempre y cuando su función esté limitada a “mirar”. Ellos aceptan mensajes privados que tienen títulos como los siguientes: “¿quieres vernos desnudas?”, “si quieres conocerme mejor baja mi video”.

El *voyeur* o *flâneur* fue concebido en primer lugar, como un hombre que se entretenía observando la vida de la ciudad a finales del siglo XIX. Para Baudelaire, el *flâneur* era “un observador itinerante, que contemplaba sin participar, el espectacular desarrollo de la ciudad” (McDowell, 2000:227). Era por principio una figura anónima que inmersa en la multitud observaba sin ser observado. Los estudios que posteriormente se realizaron sobre el *voyeur* determinaron que se trataba de un sujeto sexualmente inseguro, en los casos patológicos, para el *voyeur* el placer de mirar en vez de ser preparatorio al acto sexual lo sustituye del todo.

Pero en la Internet, el fenómeno del *voyeurismo* mediático se refiere al consumo de información o de imágenes reveladoras sobre la vida de otras

una relación más desinhibida donde todo sucede *como si* fuese cierto. Es en cierta manera, una forma de huir de la incertidumbre que se plasma sobre el mundo real a través de la búsqueda del goce, de la gratificación inmediata.

Es posible que el carácter temporal de la amistad virtual sea uno de sus mayores atractivos porque no implica compromisos en el tiempo. Es en sí misma una forma de distracción y, para que sea atractiva debe durar poco, por responder a deseos cambiantes que pueden saturarse con facilidad.

Los *chateadores* exploran todo aquello que es gratificante, profundizar en conceptos o emociones puede llevarles a experiencias dolorosas y esto es justamente lo que ellos quieren evitar. Por ello, las amistades virtuales terminan tal cual se inician: sin previo aviso.

Però el chat también puede ser una válvula de escape para los *chateadores*, se pueden abordar temas que son impensables en la realidad fuera de la web. Las máscaras develan más de lo que los sujetos puedan imaginar.

El cambio de sexo en los juegos de rol.- Tanto hombres como mujeres utilizan *nicknames* de los cuales no se puede deducir su sexo. Siete de los informantes que fueron contactados desde *nicknames* distintos, unas veces contestaron como chicas y otras veces como chicos. Al ser descubiertos indicaron que con ello pretenden conocer cómo piensa el género opuesto. Los descubrimientos que han realizado les han ayudado en su vida personal, en muchos casos, lo que empezó como un juego terminó convirtiéndose en una verdadera escuela sobre las relaciones entre hombres y mujeres. Cada vez abordan temas diferentes y no se cansan de experimentar.

Otras veces las máscaras que abordan la sexualidad son más complejas. X es un ama de casa con problemas matrimoniales (su *nickname* es confidencial), en la web se presenta como una chica de quince años que busca *cybersexo*. Sus propuestas son muy atrevidas y es muy popular, cuando al fin accedió a conversar conmigo confesó que era frígida y que sólo a través de sus admiradores virtuales logra tener algún tipo de satisfacción sexual. Como no ingresa a páginas pornográficas, su esposo no tiene idea del tipo de chat al que se dedica. Sus contactos son cortos, una o dos veces, le excita la gente nueva porque para relaciones a largo plazo ya tiene su propio matrimonio.

El *sexo* es otro discurso del chat, ni bien se ingresa al espacio público compartido por los usuarios las *frases* que se siguen unas a otras tienen contenidos sexuales explícitos.

badbull: quieres ser una chica mala??? me puedes probar.... te va a gustar....

el sexo conmigo es INCREIBLE 🙄🙄

sexygirl: no quiero dejame en pas

badbull: claro que quieres ... no te hagas la difícil sexygirl 🙄🙄

Como vemos el discurso sexual se entrecruza en tres niveles:

- En el cambio de sexo en el juego de rol.
- Al utilizar máscaras que personifican un yo ideal. (vidas paralelas)
- En las expresiones que se leen, y son contestadas por otros, en la pantalla pública de la sala de chat.

Implícitamente el espacio del chat es considerado propiedad de los jóvenes, los adultos deben buscar salas más específicas, de hecho, los *homepages* de chat brindan opciones de acuerdo a las edades de los *chateadores* a los que se quiere contactar. De modo que el tema *generacional* es otro discurso de este espacio de la web. Los registros lingüísticos y los temas que se comparten en el espacio público del chat lo hacen evidente.

Uno de los informantes opina lo siguiente:

MARCO ANDRE dice: No soporto las salas de chat, hay cada clase de gente

MARCO ANDRE dice: cobardes mas que todo

MARCO ANDRE dice: ofenden sin sentido

MARCO ANDRE dice: estupidos diria yo, la mayoría son jovensuelos de 15 a 20 años

A menos que utilicen salas de chat menos generales los navegantes mayores de veinte y cinco o treinta años encuentran sumamente difícil participar de los espacios públicos de salas como *Ecuador* en yahoo.com. Para ello recurren al área de edades que contiene las siguientes opciones: de 15 a 20, de 20 a 30, de 30 a 40, más de 40. Una vez en estas salas, los dis-

cursos como la amistad, el amor y el sexo se repiten bajo un registro distinto.

La comunidad virtual de ChasquiNet

Las comunidades virtuales surgieron en el mundo real mucho antes que en la Internet. En 1669 en Inglaterra, Robert Boyle inventa el *paper académico*, una tecnología intelectual que permitió a un público determinado, no sólo comunicarse en el mismo lenguaje, sino también convertirse en testigo a distancia de los acontecimientos que tenían lugar dentro de su círculo intelectual. Es por este tipo de tecnologías que el cuerpo tenderá a volverse más físico y el sujeto más textual.

El telégrafo y el fonógrafo también dan lugar a otros espacios virtuales, con públicos más amplios, como medio entre lugares físicos y realidades intangibles. Poco después otras tecnologías del entretenimiento, como el cine y la televisión serían instrumentos aglutinantes sobre comunidades virtuales (*fans*) de mundos potenciales.

Finalmente la Internet, hace evidente el fenómeno de lo virtual como representación simbólica, la distancia que existe entre la mirada y la pantalla se vuelve infinita y rompe con todas las convenciones escénicas precedentes; los espacios simbólicos colectivos se replantean sin cesar a través de los objetos que circulan por ellos. Pero a diferencia de la naturaleza real, la naturaleza virtual no permite distinguir claramente las fronteras entre el sujeto y su entorno. Por lo que, es necesario analizar los sistemas de símbolos que se utilizan; las formas de representación que Internet ofrece y si intervienen elementos pasionales en la construcción de contenidos, puesto que ciertos simulacros pierden la posibilidad de producir apariencias, de tener representación simbólica.

Las comunidades virtuales de la web, al igual que las primeras comunidades virtuales fuera de ella, fueron creadas dentro del mundo académico. La Internet funcionó en su inicio del mismo modo que el *paper académico*, fue utilizada por investigadores que se conocían entre sí y, que a través de ella, podían mantenerse en contacto de forma más estrecha y actualizada. Este tipo de comunidad virtual todavía existe hoy en día en la red, está conformada por personas que tienen intereses comunes, que intercambian no sólo información, sino conocimiento, que mantienen un

lazo social que se alimenta dentro y fuera de la red constantemente. Estos navegantes jamás se comunican con alguien a quien no conozcan personalmente, sus vínculos virtuales surgen o se acentúan sólo después del contacto presencial.

Estos antecedentes son importantes porque fueron los integrantes de las primeras

comunidades virtuales de la red los que desarrollaron las herramientas de la web que se han universalizado y estandarizado. La cultura textual de los académicos de la web determinó el tipo de herramientas que se privilegiaron y se excluyeron, por ejemplo, las herramientas más gráficas que no se adecuaron a sus propósitos, por ende los programas y los tipos de comunicación utilizados en la Internet antes del nacimiento de la World Wide Web sentaron los precedentes de lo que hoy en día se conoce como la comunicación en la web.

La WWW es en sí misma una forma de control, una manera de ejercer el poder; su tendencia a homologar y a designar *qué* es estandarizable ha destruido la posibilidad de sus usuarios de comunicarse a través de herramientas más creativas, aplastando a los sistemas informáticos gráficos más novedosos, que han tenido que reducirse a ser utilizados por usuarios especializados que todavía se interesan por desarrollarlos. Este es el caso del grupo *The manor chat* que reúne a una comunidad virtual de internautas con intereses específicos³⁵.

En la web, actualmente existen varios tipos de comunidades virtuales:

- Las comunidades virtuales de académicos investigadores (parte de ellas pioneras de la web).
- Las comunidades virtuales formadas por personas que se han conocido en la vida real.
- Las comunidades virtuales compuestas por personas que no se conocen, pero que tienen la esperanza de verse cara a cara algún día.
- Y las comunidades virtuales cuyos miembros no tienen expectativas de encontrarse en el mundo real.

35 www.palace4all.de/download.php3

Esta clasificación como veremos más adelante, no es del todo fidedigna, puesto que la comunidad virtual de ChasquiNet –que incluye a los actores de la Red de Telecentros de América Latina y el Caribe- está compuesta por miembros que podrían corresponder a cada uno de los tipos de comunidad virtual antes mencionadas.

La mayoría de las personas que integran ChasquiNet han debido conocerse personalmente antes de ser parte de la comunidad virtual. ChasquiNet es una organización que apoya el desarrollo de proyectos de telecentros en distintas regiones del Ecuador a través de un proceso muy particular. Cada comunidad de base se acerca a ChasquiNet y no viceversa, una vez que la comunidad decide la implementación del telecentro, la organización les asesora sobre sus posibilidades. El desarrollo, uso y apropiación del telecentro parten desde la misma comunidad y no desde ChasquiNet, por esta razón gran parte de los miembros de la comunidad virtual se conocen antes de ingresar a la web.

Un muy reducido porcentaje de los miembros de esta comunidad virtual han sido parte del mundo académico que utilizó la Internet antes de la WWW, por esta razón continúan con la dinámica de no comunicarse con nadie a quien no identifiquen personalmente.

Quienes trabajan en línea organizando los contenidos de la página web, coordinando los sistemas de listas y la documentación de los temas que trata la comunidad a través de la Internet conocen a gran parte de los miembros a través del correo electrónico.

Y finalmente, encontramos a los miembros de la comunidad virtual que no tienen expectativas de conocerse personalmente, generalmente se trata de investigadores o de personal de agencias internacionales de desarrollo y de conectividad que son considerados *miembros espectadores* de la comunidad virtual.

Pero ¿cuál es el concepto de comunidad virtual que ChasquiNet y somos@telecentros divulga? ¿Este define verdaderamente lo que sus miembros consideran *es* su comunidad virtual? En el *web site* www.chasqui.net.org se publica:

La *Comunidad Virtual ChasquiNet* es un lugar de reunión de instituciones e individuos que trabajan en línea en la gestión de proyectos de avance social. La Comunidad ChasquiNet es el sitio ideal para que usted com-

parta sus actividades en: desarrollo internacional, políticas sociales y de servicio social, medio ambiente, género, educación y juventud, derechos humanos, legislación y muchos otros temas relacionados con la justicia social y la dignidad humana.

Y en el *website* www.tele-centros.org se lee:

La Comunidad Virtual somos@telecentros es un espacio colectivo e integrador, creado para facilitar la cooperación e interacción de los **telecentros en Latinoamérica y el Caribe**.

La Comunidad busca animar un proceso de democratización y acceso a las TICs a fin de que los actores involucrados en el desarrollo de procesos y proyectos de Telecentros sean apoyados en sus iniciativas. En este Proyecto, un Telecentro, en términos generales, se define como un espacio físico, con recursos técnicos y tecnológicos, que provee a individuos, comunidades e instituciones el acceso público a las TICs para el desarrollo personal, comunitario y social, que incidan en la transformación social.

Las descripciones de comunidad virtual con las que la organización se presenta dentro de la Internet no reflejan las verdaderas características que la configuran. Esto responde a que la organización utiliza las distintas *interficies* de la web de diversa manera, cada *interficie* adopta un tratamiento de contenidos y un lenguaje particular. El *front end*³⁶ de la página web sirve para: publicitar la organización; detallar sus objetivos y proyectos; hacerse conocer a nivel internacional y, captar la atención de las agencias internacionales financiadoras. El *back end*³⁷ del sitio web es el espacio habitado por la comunidad virtual donde se realiza el verdadero intercambio de información y conocimientos entre sus miembros. Por ello, sólo podemos encontrar el verdadero concepto de comunidad virtual al interior del *back end* de la página web. Uno de los informantes que dirigen la organización nos comenta: “La web es el espacio menos transparente de todos, porque estamos altamente controlados [...] no confío para nada en este medio. No puedo comunicar libremente la información que genera-

36 Espacio del sitio web al que ingresa cualquier navegante de la web sin ninguna restricción.

37 Espacio de la página web al cual se accede a través de una contraseña.

mos sin sentir que alguien pueda cosecharla y usarla en mi contra” (Informante # 5).

El lazo social desde la perspectiva de los miembros

La comunidad virtual de ChasquiNet construye su lazo social no sólo a partir de los intereses específicos o valores compartidos por quienes la conforman, lo hace desde la confianza y la solidaridad que surgen de trabajar desde las comunidades de base, por ello el componente presencial de su relación es tan importante. Su presidenta ejecutiva señala: “Yo no creo solamente en lo virtual, eso es una mentira, la gente te pide estar cara a cara y eso responde a sus propias necesidades, a sus propias dinámicas. De ahí que yo insisto en que las comunidades virtuales han surgido y se han desarrollado en función de una necesidad de comunicación que ha existido antes.”³⁸

Del mismo modo, su director ejecutivo indica: “La comunidad virtual, cuando es posible, es un lugar puramente humano. Me comunico con cinco continentes, con alrededor de 30 a 40 personas al día. Pero ¿sabes qué? conozco a cada una de ellas. En mi trabajo no confío en quien no conozco, ni en las organizaciones que no conozco personalmente. Sin los encuentros no existiría comunidad, cada año hay encuentros regionales donde nos conocemos, la confianza se crea sólo personalmente. El intercambio de conocimientos y de información se da después de que conoces a las personas y no antes [...] hace quince años hubiese pensado que todo podía desarrollarse virtualmente, ahora no.”³⁹

Para los miembros de la comunidad virtual de ChasquiNet el lazo social se consolida compartiendo las experiencias y no canalizando los problemas, porque el canalizar un problema no conlleva un proceso de apropiación personal; en cambio las experiencias tienen una dinámica diferente: en primer lugar, parten de los sueños de las personas y de las comunidades y en segundo lugar, implican una participación personal que convierten a la comunidad en un espacio humano donde la web funciona como un instrumento entre otros. Por esta razón los contenidos que la comunidad

38 Karin Delgadillo. Presidenta Ejecutiva de ChasquiNet. Entrevista del 24 de noviembre del 2003.

39 Klaus Stoll. Director Ejecutivo de ChasquiNet. Entrevista del 24 de noviembre del 2003.

genera se tratan dentro de un marco de confianza que no podría ser alcanzado sólo a nivel virtual -debe tener antecedentes de orden oral, gestual, emotivo- que la Internet no posibilita, en este sentido el lazo social de la comunidad transparenta el espacio virtual que utiliza dentro de la web al estar basado en el ser humano y no en el instrumento como tal. La Internet es vista así como una herramienta y no como un fin en sí misma.

¿La comunidad virtual: un espacio antropológico y político?

Las respuestas obtenidas de los informantes que participaron en esta investigación, nos obligan a plantear este apéndice en forma de pregunta. El 90% de los informantes consideran que su comunidad virtual sí es un lugar antropológico y sólo el 25% la consideran un espacio político.

Las personas que consideran a la comunidad virtual como un lugar antropológico sostienen que la producción de sentido de las experiencias individuales y presenciales en cada proyecto dentro de la comunidad virtual, da paso a un nivel de producción de sentido grupal. Uno de los informantes señala: “Por eso para nosotros ha trascendido tanto la red, porque para nosotros las relaciones son más humanas que técnicas. El instrumento como tal es un pretexto porque la idea es que encuentras problemas comunes y la manera de resolverlos” (Informante # 28). Otros informantes indican: “En nuestra comunidad virtual existe un lazo que va más allá de la comunicación en línea, existe una interrelación humana que prevalece por sobre todas las cosas (Informante # 53). “Es un lugar antropológico porque en él me juego parte de mi vida, lo que experimentamos dentro de la comunidad de base también lo experimentamos con los amigos de la comunidad virtual. No sólo se trata de trabajo, se trata de amigos en los que confío y con los que cuento” (Informante #47). Por tanto, en la web los lazos sociales creados fuera o dentro de ella se fortalecen. Lula comenta: “...cuando yo empecé a trabajar con la red no conocía a nadie, aparte de la gente del equipo de ChasquiNet., pero los lazos que he hecho en línea son increíbles, son lazos basados en valores similares, en cosas en común. Para mí es lo básico y principal porque cuando no existe eso te puedes quedar sólo en un nivel de intercambio de conocimientos o de cuestiones teóricas. Lo otro va mucho más allá, es una cuestión de amistad.”⁴⁰

La comunidad virtual no es considerada un espacio antropológico por otros miembros, por las siguientes razones: “La web sirve para los organismos internacionales, para los organismos de cooperación, para los estudiantes, la web no es un organismo de comunicación. Nosotros trabajamos con campesinos cuyo lenguaje es el oral, el alto número de visitas de la página se debe al uso que hacen de ella los organismos internacionales o a otro tipo de organizaciones que están interesados en el movimiento de la red. Pero eso no significa que los campesinos estén utilizando la red.”⁴¹ “Nuestro espacio antropológico está en las comunidades de base, ahí es donde compartimos quienes somos, nuestros gustos, nuestras emociones, nuestro trabajo. La comunidad virtual es un espacio chévere, pero ni todas las personas con las que me comunico me son cercanas, ni todo lo que comparto es vital. Lo que sí sucede en la comunidad en la que trabajo personalmente. Internet es una herramienta como cualquier otra: la radio, el teléfono, etc.” (Informante # 14).

Por tanto, quienes más utilizan la web en su trabajo y contactan a otros diariamente en línea sí consideran a la comunidad virtual como un lugar antropológico, pero para quienes trabajan en las comunidades de base, la comunidad virtual no alcanza los niveles de intercambio personal que les permita considerarla antropológica.

Quienes no consideran la comunidad virtual de ChasquiNet como un lugar político sostienen: “En nuestra comunidad virtual recién estamos pasando por un proceso de institucionalización porque la gente ha visto que es importante que se incida en políticas y se convierta en un actor de incidencia política. Pero desde mi experiencia personal, la incidencia en políticas es algo muy complejo, yo no creo que la red pueda incidir en cambios de políticas, yo creo que es la suma de diferentes actores que comparten los mismos valores que te ayuda al proceso de incidencias políticas, y no solamente la red como tal.” (Informante # 36). “La web sí permite visibilizar a los nuevos actores políticos, no creo que nuestra comunidad virtual sea todavía un espacio político ... ese es el sueño! Sólo que nuestra organización está concentrada en resolver problemas más básicos,

40 María de Lourdes Acosta, encargada del área Comunicación para el desarrollo de ChasquiNet. Entrevista 25 de noviembre del 2003.

41 Karin Delgado. Presidenta Ejecutiva de ChasquiNet. Entrevista 28 de noviembre del 2003.

ojalá con el tiempo logremos que nuestros esfuerzos de incidencia política a nivel local se extienda también a nivel virtual.” (Informante # 7).

Los miembros que en cambio consideran que la comunidad virtual sí es un espacio político responden: “Todo el esfuerzo que estamos haciendo en el movimiento somos@telecentros es generar una posición política, por ejemplo, hablamos de derechos a la comunicación, que es lo que prima, digamos dentro de la red. O el tema de políticas que hemos trabajado, tanto de políticas públicas y privadas sobre los derechos a la información y a la comunicación. Entonces ese espacio como tal, se convierte en una trinchera política.” (Informante # 60). “De hecho consideramos nuestra comunidad virtual como un espacio político, desde que nos ponemos de acuerdo, por ejemplo, en los términos que debemos utilizar. No todo el mundo está claro de las diferencias entre políticas y regulaciones, entonces cómo puedes hacer influencia de políticas? La red ha servido en una primera etapa para identificar estas ideas con aquellas personas claves, o con aquellas que han demostrado un interés en participar en los procesos de influencias de políticas” (Informante # 44).

En el interior de la comunidad virtual de ChasquiNet existe la conciencia de que la comunidad como tal, está madurando para convertirse en un lugar de incidencia política, por esta razón se está trabajando, tanto dentro de las comunidades de base como a nivel virtual, el tema de políticas públicas y privadas. Los criterios divididos sobre si la comunidad virtual es o no un espacio político reflejan los espacios que ocupan los informantes dentro de la estructura de la propia comunidad. En todo caso, la intención de llegar a configurarse como espacio político es clara, siempre considerando la web como una herramienta y nunca como un fin en sí mismo.

La representación simbólica en la comunidad virtual

La representación simbólica en la web -por parte de los miembros de la comunidad virtual- puede analizarse a través del medio que se escoge, los registros del lenguaje utilizados y los sistemas de signos que se privilegian.

La comunidad virtual se comunica a través de la página web; las *interficies* que utiliza son diversas: sistema de listas electrónicas (foros), correo electrónico, chat.

Las *listas electrónicas* son los distintos escenarios donde se generan los equipos de trabajo que se van formando alrededor de un tema específico. En la red no se establecen comunicaciones individuales, la idea es que no existan equipos que trabajen aisladamente, las personas se inscriben en la lista o listas de su interés y cada e-mail se envía a todos los miembros de la lista, así no se crean espacios individuales que destruyen la estructura de la comunidad.

El *correo electrónico* es la herramienta más utilizada por los participantes dentro de la web, a partir de un correo electrónico puede surgir una nueva lista. Se plantea una pregunta, si es de interés para otros, se estructura la lista y empieza el intercambio de información y de conocimientos.

El *chat* es utilizado con propósitos específicos, los miembros de la comunidad virtual son libres de escoger el medio que les sea más útil. El inconveniente del chat es que no lo pueden utilizar las personas que no están conectadas todo el tiempo, un ejemplo del uso del chat es el del equipo de educación rural a distancia, los participantes se comunican cada dos domingos a una hora determinada.

El *medio* a través del cual se comunica la comunidad virtual es opaco y carece de transparencia. Para Klaus Stoll “la web es el espacio menos transparente de todos, porque es altamente controlado y censurado por los países del norte”.⁴² Su presidenta ejecutiva opina que “la transparencia está basada en ti, no en el instrumento. Si para alguien de la comunidad es importante transparentar algo lo hace a través del sitio web. Ciertas organizaciones de base han tenido muy mala experiencia con las organizaciones internacionales, entonces dicen, no queremos transparentar lo que estamos discutiendo y se utilizan espacios de la página que no aparecen en las listas de discusión. Entonces la página somos@telecentros es mucho más que la página web, eso es lo que no entienden los organismos internacionales.”⁴³

La comunidad virtual de ChasquiNet si bien no cree en la transparencia de la web, sí cree en la transparencia de su propio espacio virtual. Uno de los informantes dice: “la transparencia para mí se basa en la confianza, y sólo tengo confianza en quien conozco. Por ello que la web es transparente sólo en ciertos espacios, como por ejemplo, somos@telecentros.

42 Klaus Stoll. Director Ejecutivo de ChasquiNet. Entrevista del 24 de noviembre del 2003

43 Karin Delgado. Presidenta Ejecutiva de ChasquiNet. Entrevista 28 de noviembre del 2003

Peero fuera de este espacio, esta idea de transparencia desaparece” (Informante #22).

La transparencia del medio es importante porque favorece el *embraya - ge*, porque crea la ilusión de resucitar completamente la situación de la enunciación que se ha perdido en el texto. Es lo que se conoce como el simulacro del texto.⁴⁴

El siguiente texto publicado en www.tele-centros.org :

¿Qué te pareció la historia? Siempre es bueno decir lo que sentimos y para nosotr@s es importante contar con tus opiniones, tus críticas o tus preguntas. Lo que nos quieras compartir va directito al responsable del telecentro y a la responsable de las historias. Estamos totalmente disponibles para ti.

El uso de pronombres en primera y segunda persona y el tiempo presente de los verbos crean la ilusión de contemporaneidad de una situación de la enunciación que de hecho ya no existe. La figura del enunciador no es anónima ni desconocida. Los miembros de la comunidad virtual relacionan el texto directamente con la *persona* que lo escribió, esta situación es todavía más evidente dentro de las listas electrónicas:

Hola Lula me intersaria participar en el FORO.... Eloisa.....

Lula reconoce quién es Eloisa cuando lee el texto, porque se conocen personal o virtualmente desde hace tiempo. El enunciador no es un extraño.

Los registros de comunicación no sólo permiten a los participantes entenderse de forma óptima, también determinan el grado de relación entre unos y otros. Lo ejemplifica del siguiente modo uno de los informantes: “Mis amigos del norte me bombardean con *emoticons*, pero mis amigos latinoamericanos no los utilizan. Las palabras son símbolos, por ejemplo, *estimado* me da una pauta de qué tipo de relación tengo con esa persona, si alguien se despide diciéndome *abrazos*, significa que lo conoces pero que no es un verdadero amigo. Estos códigos son muy utilizados

44 Piero Polidoro <http://digilander.libero.it/pieropolidoro/lezioni.htm>

en la comunidad virtual, cada uno se comunica de forma diferente. Ellos han desarrollado formas de darte a entender quién es un miembro y quién no lo es; o quién será expulsado. Cómo empieza y termina mi mensaje le dice al otro qué tipo de relación existe entre ambos.” (Informante # 31).

En la comunidad virtual la representación simbólica se da en primer término a nivel del enunciador, cómo el *otro* es representado. Hemos visto que el *otro* casi nunca es un extraño, cada participante es en sí mismo un significativo dentro del sistema de signos. Y así, cada sujeto asume su identidad simbólica dentro del orden simbólico de la comunidad.

El siguiente paso de la representación consiste en cómo cada sujeto representa las experiencias vividas fuera de la web dentro de la comunidad virtual. En esta comunidad virtual la palabra escrita es la materia prima de la comunicación. Uno de sus miembros comenta: “La palabra es trascendental dentro de nuestra comunidad virtual porque la gente empieza a quitarse todos los miedos de lo que está diciendo, de lo que puede decir mal o de lo que puede decir bien y lo empieza a escribir. Lo que estamos viendo ahorita es una avalancha de historias y eso es lo que queríamos generar, pero la propia concepción la ha dado la gente” (Informante #58).

Para Klaus Stoll, en la comunidad virtual se utiliza el lenguaje escrito porque no hay otro remedio, puesto que desde que surgió el *html* las personas dejaron de hacer sus propios programas y los protocolos se unificaron. Y a pesar de estas camisas de fuerza, los miembros de la comunidad virtual pueden utilizar el lenguaje escrito sin convencionalismos. Esto lo comprueba el siguiente testimonio: “el lenguaje de las comunidades de base, es un lenguaje diferente, nuestro valor es que si tú quieres escribir treinta páginas, escríbete las treinta páginas. Si tú le preguntas a una persona que tiene cultura informática te va a decir que treinta páginas nadie te las lee [...] pero aquí sí hay quien está interesado en el trabajo comunitario y cómo la gente de base está utilizando el Internet, porque les interesa la manera de comunicarse, no les interesa que cambien esa manera de comunicarse” (Informante # 35).

Pero a nivel de los telecentros se utiliza mucho la grabación de las historias orales y las imágenes captadas por la propia comunidad. Se reveló la importancia de la oralidad de las comunidades de base a través del programa de radio en línea instalado en varios telecentros, por otra parte,

para las comunidades indígenas una imagen es más valiosa que muchas palabras porque el trasfondo cultural carga de valor simbólico a lo gráfico. Un indígena empieza el diseño de un sitio web con un gran gráfico que representa lo que es verdaderamente importante, no hay necesidad del texto en la mayoría de los casos, ya que el sentido se produce a través de la reinterpretación de los símbolos (gráficos). Se parte de lo visual por medio de las imágenes captadas por la cámara digital y luego se continúa con los textos, lo interesante es que estas comunidades no tienen ningún problema en realizar la parte gráfica, mientras que la parte textual casi nunca logran concluirla solos.⁴⁵

Los nuevos imaginarios

La Internet no sólo está configurando nuevos imaginarios dentro de la comunidad virtual, los está creando también en las comunidades de base. Las nuevas subjetividades de la web son tema de discusión de los miembros de ChasquiNet y somos@telecentros, bien porque favorecen las apropiaciones que las personas hacen de la web, o bien, porque están causando reacciones adversas.

Los imaginarios de las personas empiezan a cambiar apenas el sujeto ingresa a la web, lo que la Internet favorece causa curiosidad y la sensación de ingresar a un mundo donde todo es posible. Esta reacción inicial no siempre se conserva, sin embargo, marca al sujeto desde que descubre las novedosas maneras en que la red representa al mundo y las desconocidas maneras de representarse a sí mismo.

Los entornos hipermediales son fuente de fascinación entre los más jóvenes, justamente porque están enfocados para provocar emoción. El sonido, el video y en especial la imagen otorgan la impresión de penetrar en un espacio donde se puede acceder a lo que se quiere. Klaus Stoll comenta: "Los jóvenes no quieren salir de la web porque empiezan a considerarla su mundo, el lugar donde quieren estar."⁴⁶ Una vez dentro de la red, las posibilidades de ver y ser visto se agigantan. En las comunidades indígenas los jóvenes se conectan a las salas de chat cambiando su identi-

45 Información referida por Klaus Stoll. Entrevista del 28 de noviembre del 2003.

46 Klaus Stoll. Director Ejecutivo de ChasquiNet. Entrevista 25 de noviembre 2003

dad, se presentan como chicos blancos y norteamericanos. Un informante amplía: “Pretender ser otro es una respuesta al colonialismo, porque desde la escuela se les enseña a los indígenas que son basura. Ser otro es una forma de luchar contra eso” (Informante # 18). Por tanto, el uso de la Internet tiene repercusiones sociales y emocionales relevantes, su uso y apropiación ha logrado que salgan a la luz este tipo de problemas.

El cambio en el imaginario de las comunidades indígenas no radica en el hecho de reconocerse *diferentes* de los otros, más bien se basa en la ficción de *ser* otro por primera vez. La web les ha otorgado un anonimato que imaginaban imposible, y desde el ser anónimo la representación simbólica de su entorno y de sí mismos se vuelve otra. Los miembros de la comunidad virtual consideran este cambio de imaginario un verdadero problema, puesto que son ellos quienes han apoyado la implementación de telecentros, deben también encontrar soluciones para que la apropiación y uso de la web no atomice las comunidades de base.

Con este propósito se buscan alternativas que surjan desde la comunidad, la construcción de páginas web ha sido una de ellas; al crear un sitio web es necesario encontrar símbolos que representen al grupo: símbolos identitarios, del mismo modo se debe encontrar la manera de plasmar los lenguajes de la comunidad a través del lenguaje sintético de la red. La hipermédia facilita la transmisión de la cultura oral y de la cultura visual, porque los programas informáticos contienen herramientas fácilmente apropiables por los nuevos navegantes para la producción de contenidos locales.

La web por otra parte ha estimulado en este caso la narratividad. Las comunidades de base intercambian historias, no textos. Estas historias se editan a través de la imagen y de la voz. Las imágenes que se utilizan no tienen valor por sí solas, adquieren significado dentro de un contexto, representan dinámicas culturales que logran hacerse visibles gracias a un medio que permite intercambiarlas con otros que viven experiencias similares. Los nuevos imaginarios incluyen representaciones de otros no tan *diferentes*. Esta es la cualidad de la web más apreciada por la comunidad virtual: la de compartir los mismos registros de lenguaje a pesar de las diferencias culturales. La imagen y la voz tienen esta capacidad.

No obstante, la Internet es un medio textual, el simbolismo y el lenguaje no dependen del usuario sino del programa informático. El lenguaje sintético originalmente utilizó la palabra escrita –a nivel académico–,

mucho más tarde se volvió más simbólico, prueba de ello son los *emoticons*, los logos, los *banners*, por ejemplo. En la actualidad dentro de la web, el texto todavía se basa en la palabra escrita, no importa cuantas historias se graben o se fotografíen, las culturas de base están obligadas a traducir sus experiencias en textos escritos, incluso al inglés.

La crisis, lo cotidiano, debe representarse en un nuevo medio. Este proceso obliga a conjugar las antiguas y las nuevas subjetividades, la percepción de lo local está enmarcada dentro de una percepción más global, los miembros de la comunidad somos@telecentros participan de lo real y de lo virtual simultáneamente. Los problemas del mundo real pueden alcanzar fórmulas y soluciones a través de los intercambios de conocimiento realizados en la interfaz. En la virtualización se intercambia lo propio y lo común, lo privado y lo público, el mapa y el territorio. El imaginario de la pantalla repercute en nuevos imaginarios de lo real. Los miembros de la comunidad intercambian el *ahí* y el *fuera de ahí* diariamente.

El simulacro del otro en la pantalla no sólo ha cautivado la subjetividad de los sujetos sobre el mundo exterior, también les ha permitido explorar el imaginario de sí mismos. Este es el caso de un proyecto en el telecentro de Esmeraldas dirigido a los niños de la calle, al introducir la cámara digital se les pidió que se tomaran una foto de sí mismos, con la idea de que se retrataran de forma espontánea; la idea era utilizar esas imágenes para un programa de transformación social y humana. El resultado fue totalmente inesperado porque las imágenes resultaron terriblemente poderosas, sólo un niño se tomó la foto de su rostro, los demás se representaron en piedras, huecos de arañas, excrementos. A través de un medio tecnológico, los niños lograron decir con imágenes lo que eran incapaces de expresar con palabras, sus fotos sacaron a relucir lo que sentían como seres humanos, los significantes que los representaban.

Estas imágenes no se pueden olvidar porque nos afectan directamente, nos devuelven la mirada, en ellas está inscrita la mancha, ese punto del cuadro que vuelve a mirarme, lo real que nos asalta y nos mira. Es el nudo que condensa lo que olvidamos para vivir en la certidumbre, por esta razón el imaginario de los niños de la calle no necesita texto alguno. Los niños encontraron en la cámara un medio que les permitiera eludir la palabra, al plasmarse en los objetos que nadie quiere mirar evidenciaron el imaginario de los otros sobre ellos, de tal forma que fuese imposible

negarse a aceptar que de la misma manera en que se evita ver algo desagradable, se evita mirar lo que ellos representan. Más allá de cómo se conciben a sí mismos, reflejaron cómo son concebidos por los demás. Las fotos de este proyecto son importantes porque desde su espontaneidad lograron retratar un doble imaginario: el propio y el de los otros.

La potencia de la imagen es innegable como instrumento de emotividad, por ello su uso en la web se ha vuelto indiscriminado por parte de la industria cultural. La reticencia de los miembros de la comunidad virtual a que los jóvenes utilicen los telecentros fuera de un proyecto comunal, se debe primordialmente, al riesgo de promover *usuarios* que se alienen de necesidades ficticias. Los estereotipos culturales conmocionan a los nuevos navegantes, son una fuente de deseo que les atrae a la interfaz y los aleja de la realidad. Se puede acceder al objeto que promete gratificación inmediata con sólo hacer un click.

Este es de hecho, el mayor reclamo de los adultos de las comunidades indígenas. “El Internet los está pervirtiendo, estamos perdiendo nuestros conocimientos, en vez de estar en casa conversando con ellos” (Informante # 15). El colonialismo a través de la web es atractivo pero no deja de ser una forma de ejercer la violencia, la violencia más sutil, donde la ilusión de libertad sólo sirve para conquistar más efectivamente.

Conclusiones

La web es un espacio de creación, pero también es un espacio de consumo. En este caso, tratamos específicamente de los consumos culturales, es decir, el consumo de *signos*. Sin embargo, para poder consumir productos culturales es necesario que exista antes una representación simbólica de los mismos, que los navegantes inviertan en capital simbólico.

Las representaciones en la red son de tipo simbólico, el simulacro de la hiperrealidad no hace referencia a la realidad “real” sino a los fantasmas de la misma, lo que se representa ya no son cosas sino símbolos. La ausencia de un anclaje en tiempo y lugar real no es un impedimento para la representación simbólica, no lo son tampoco la lectura en hipertexto, la velocidad de la imagen ni la cantidad de información que la web nos ofrece. Los navegantes, como hemos comprobado en este trabajo -sin impor-

tar su experticia-, se adaptan a los contornos de la web a través de distintas aproximaciones. Lo realizan dependiendo del entorno en el que se encuentran, de su capacidad de *zapping* (número de ventanas abiertas), del discurso al que se adhieren y de la manera en cómo construyen su identidad en la red.

Por estas razones se consideró vital establecer tres categorías de análisis: los *homepages*, el chat y una comunidad virtual. Y, abordar la representación desde distintas disciplinas: la semiótica, para analizar las cadenas de interpretantes que hacen posible la representación simbólica; la semiología, para determinar qué discursos incluye y cuáles excluye el diseño de un sitio web y cómo esos discursos son entendidos y apropiados por los navegantes; el psicoanálisis, para explorar en qué niveles de la conciencia actúa el simulacro y las funciones del lenguaje en la configuración del yo, y finalmente; los estudios culturales, para comprender cómo la representación deviene el proceso a través del cual los miembros de una cultura utilizan el lenguaje para producir significado (Hall, 1997:1-63)

Desde los estudios culturales, Hall analiza dos procesos de representación: las “representaciones mentales” y el “sistema de representación”. Las representaciones mentales o mapas conceptuales permiten a las personas interpretar con sentido el mundo –desde las cosas físicas hasta conceptos abstractos y oscuros-, el concepto de cultura, incluso, ha llegado a ser definido como *mapas conceptuales compartidos*, formas parecidas de representar el mundo por un grupo de personas. Los sistemas de representación en cambio establecen relaciones complejas entre conceptos clasificándolos a través de varios principios como similitud/diferenciación, natural/artificial, etc., organizando el mundo en distintas categorías significativas (Hall, 1997:17-19)

Además de compartir mapas conceptuales y sistemas de representación es necesario participar de un mismo *lenguaje*, los signos de la interfaz que forman parte de los nuevos mapas conceptuales de los navegantes son creados de antemano, la apropiación de estos signos puede parecer natural a simple vista pero en realidad es un proceso mucho más complejo. A pesar de que la web intenta reproducir el mundo real e introducir al usuario en un lenguaje nuevo lleno de metáforas para asegurar la funcionalidad del sistema simbólico, la Internet ha diseñado una forma de representar el mundo que se ha universalizado a través de protocolos. Por

ende, se tiende a producir sentido a través de un proceso que liga las cosas, los conceptos y los signos generando novedosos mapas conceptuales y sistemas de representación apoyados en una interpretación compartida de los signos del lenguaje.

Esto lo hemos podido comprobar en la necesidad de los cibernautas de apoderarse de los íconos de navegación de los *homepages* estudiados, un ícono nuevo no pasa desapercibido, su apropiación y uso se vuelven preponderantes dentro de la navegación. Los íconos sintéticos no poseen significado en sí mismos, su significado se construye gracias a códigos que correlacionan los sistemas conceptuales y los sistemas lingüísticos, es el resultado de prácticas de significación que deben ser aprendidas a través de convenciones sociales. El significado no depende de las cualidades materiales de los signos sino de sus funciones simbólicas.

Desde la perspectiva semiótica, los signos de la web forman parte de un sistema semiótico, en el cual un signo refiere a otro dentro del sistema y no fuera de él, el simulacro de los signos sintéticos posibilita al navegante recorrer la web con la ilusión de poseer el control, cuando en realidad, está *limitado* a lo que es posible dentro del *sistema*. De este modo, la web ejerce controles sutiles que pasan desapercibidos para el usuario.

Los signos del lenguaje sintético son el *reflexio ad phantasmata* del Objeto Dinámico (el Objeto tal cual es, independiente de sí mismo), es decir, no correlacionan un signo con su objeto porque previamente es necesario haber experimentado el objeto; por tanto, sólo nos indican la manera de realizar contacto con el objeto. Este contacto es posible a través del objeto interno, que consiste en una construcción semiótica: un conjunto de interpretantes –“organizados según un espectro componencial estructurado de modo operativo”- que nos posibilitan algún tipo de experiencia de los objetos del mundo externo (Eco, 1999:62-64).

La representación simbólica en la web sólo es posible a través de representaciones de representaciones, la apropiación de los signos sintéticos estará determinada por la enciclopedia de cada navegante como lo hemos podido comprobar en el “test adaptado de guerrilla” en el estudio de los *homepages* de www.interactive.net.ec y www.presidencia.gov.ec .

Del mismo modo en que los signos sintéticos intentan reproducir el mundo real dentro de la web a través de la metáfora, los contenidos –tópicos- de los *homepages* pueden ser estudiados como signos en sí mismos,

como funciones de significación. A través del mito estos signos devienen un signo global, un *sistema semiológico de segundo orden*. Barthes señala que en el mito existen dos sistemas semiológicos: el sistema lingüístico o “lenguaje- objeto” del cual se apropia el mito para construir su propio sistema y el propio mito o “metalenguaje”, un segundo lenguaje que habla del primero –escritura o imágenes-.⁴⁷

Tanto en el caso de www.interactive.net.ec y www.presidencia.gov.ec el *lenguaje-objeto* está compuesto por palabras, imágenes y colores pero su *metalenguaje* es distinto. El *metalenguaje* global del portal de Interactive es “entérate, diviértete y participa” -considerando que cada sección del *homepage* posee su propio *metalenguaje*- el de la Presidencia ecuatoriana es “infórmese desde las fuentes gubernamentales con transparencia en la sociedad de la información”.

Los *metalenguajes* a su vez nos permiten identificar las formaciones discursivas en los *homepages*, cuáles son las relaciones entre conocimiento y poder, pero más aún, explorar el *régimen de verdad* que las sustentan. Foucault sostiene que cada discurso tiene un régimen de verdad, es decir, que desarrolla mecanismos dentro de un período histórico determinado para fundamentar un *episteme* a través de instituciones, tácticas y circuitos localizados a distintos niveles del poder. De modo que el poder, y por ende la verdad, circulan a través de *rituales meticulosos* produciendo formas de conocimiento y discursos.⁴⁸

Los discursos de la sociedad de la información como conectividad, información en línea, Internet para todos, transparencia, se reflejan en los discursos de los *homepages* analizados pero no en los discursos tratados en el chat o en la comunidad virtual de ChasquiNet. Los diseños de los *homepages* www.interactive.net.ec y www.presidencia.gov.ec que son discursos en sí mismos, son una adaptación de portales y vortales de su tipo, no contienen ningún concepto nuevo que nos haga pensar en ellos como sitios web originales. Lo cual nos indica el grado de homologación al que llegan los *homepages* mundiales, especialmente a nivel institucional. En ellos se refleja con claridad quién es el sujeto del discurso y su poder sobre los navegantes, todo aquello que aparece en el portal y vortal es conside-

47 Barthes citado por Hall (1997:68).

48 Foucault citado por Hall (1997:46-51).

rado verdadero, objetivo e incuestionable; sus diferentes *interficies* no hacen más que corroborar el régimen de verdad del conocimiento publicado en espacios de opinión, de información o de consultas. Así los diseños de la web designan unos discursos y excluyen a otros del alcance de los usuarios, privilegian uno tipo de capital simbólico sobre otros.

Pero no todas las *interficies* de la red son susceptibles de la hegemonía del diseño web, los entornos virtuales del Chat y la comunidad virtual son construidos por los navegantes, los discursos que se entrecruzan en estos espacios son producción simbólica de quienes están frente a la interfaz. Puesto que a pesar de contar con un diseño predeterminado es la interactividad de sus usuarios el factor que posibilita la producción discursiva. Lo cual nos lleva al análisis de la hipótesis de este trabajo investigativo: la red es un lugar de tránsito, un no lugar, a través del cual es posible acceder a *lugares* antropológicos y políticos.

Como hemos visto en el trabajo de campo la trayectoria hipertextual se inicia siempre en un no lugar, un lugar de paso que se recorre pero que no se habita antropológicamente, por lo general un *homepage*, el no lugar es un espacio simbólico que privilegia lo narrativo -generalmente los discursos del no lugar no son explícitos y pueden pasar desapercibidos al navegante- donde el flujo de impresiones momentáneas es incesante y fugaz. A través de la trayectoria hipertextual en el no lugar los cibernautas pueden acceder en un determinado momento a un *lugar* de la web.

En el estudio de la comunidad virtual de ChasquiNet, la primera pre-noción de la investigación que se derrumbó fue que la comunidad se construye en la web, los vínculos entre los miembros de la comunidad -en su gran mayoría- se establecen previamente en el mundo real. La segunda pre-noción a ponerse a prueba fue que todos los miembros de la comunidad virtual construyen lazo social, basada en el concepto de comunidad virtual publicado en el *website* www.chasquinet.org : “un lugar de reunión de instituciones e individuos que trabajan en línea en la gestión de proyectos de avance social”; de hecho, el lazo social se conforma a partir de la confianza y la solidaridad que se generan personalmente desde el trabajo en las comunidades de base y se desconfía de otros miembros como los investigadores, los organismos internacionales y los estudiantes.

Se ha considerado la comunidad virtual un *lugar* de la web por ser un espacio en el que existe vínculo social entre muchos de sus miembros y donde las relaciones son más humanas que técnicas. Sin embargo, varias de las respuestas de los miembros de la comunidad señalan que esta comunidad virtual no es considerada un espacio antropológico en la medida en que no es posible que tal espacio exista dentro de la red, “nuestro espacio antropológico está en las comunidades de base [...] la comunidad virtual es un espacio *chévere*, pero, ni todas las personas con las que me comunico me son cercanas, ni todo lo que comparto es vital”⁴⁹ porque la web “es el espacio menos transparente de todos, porque es altamente controlado y censurado por los países del norte”⁵⁰, “la web sirve para los organismos internacionales, para los organismos de cooperación y para los estudiantes”.⁵¹

Los discursos que circulan dentro esta comunidad virtual se contraponen a los discursos homologadores de la web: transparencia, conectividad, Internet para todos. Ya que la transparencia se construye dentro de la comunidad virtual y no dentro del hipermedio, la conectividad es sólo una herramienta como cualquier otra –teléfono, radio, etc.-, y la Internet no es para todos -las comunidades campesinas no tienen en su mayoría acceso a la web y esto no varía el trabajo social que se desarrolla en cada una de ellas-.

Debemos aclarar que las *formaciones discursivas* de ChasquiNet no son necesariamente las *formaciones discursivas* de otras comunidades virtuales de la web, hemos encontrado que su posición es reveladora, si tomamos en cuenta que se trata de una organización que colabora –entre otros proyectos- en la planificación e implementación de telecentros en comunidades de base ecuatorianas. Su posición es desvirtuar los imaginarios extendidos a nivel mundial sobre la web al interior de sus miembros: no todo es posible en la interfaz y no todo es ficcional. De hecho, negar la capacidad de transparencia de la web no se contrapone a sostener que su propio espacio virtual sí puede ser transparente, su experiencia le ha permitido

49 María de Lourdes Acosta. Encargada del área de Comunicación para el desarrollo de ChasquiNet. Entrevista del 25 de noviembre del 2003.

50 Klaus Stoll. Director Ejecutivo de ChasquiNet. Entrevista del 24 de noviembre del 2003.

51 Karin Delgadillo. Presidenta Ejecutiva de ChasquiNet. Entrevista del 28 de noviembre del 2003.

desarrollar destrezas que le permiten usar las distintas *interficies* de la pantalla con propósitos específicos; así se utiliza el *front end* para exponer sus objetivos y proyectos, publicitar a la organización, darse a conocer a nivel internacional y captar fondos de organismos financiadores y; el *back end* para ser habitado por los discursos y prácticas significativas de la comunidad virtual.

Los elementos que diferencian este *lugar* de la web del chat son: en la comunidad virtual no existe el anonimato, el enunciador no es un extraño, no se comparten experiencias ficcionales –sino del mundo real–, no se establecen relaciones individuales sino grupales, los registros de lenguaje son menos arbitrarios –dentro de las listas de correo electrónico–, existe la intención de consolidarse como un lugar político y se lucha contra la alienación y el colonialismo que la web produce en los miembros de las comunidades de base que utilizan la red fuera de los proyectos comunales. Sin embargo, ChasquiNet en su espacio virtual experimenta el simulacro del otro cotidianamente, en la virtualización se intercambia lo público y lo privado, lo propio y lo común dentro de un orden simbólico ficcional confinado al marco de la pantalla donde la representación se pone en juego día a día.

A través del psicoanálisis hemos explorado el papel de la palabra en la constitución del sujeto y los niveles de la psique en que tienen lugar la percepción y la representación, los niveles de lo real, lo simbólico y lo imaginario que permiten al hombre construir un segundo nivel de realidad: el mundo de las representaciones a través de los símbolos como expresión de valores y fuerza performativa. En el ciberespacio la confrontación se da con el *otro simbólico*, la experiencia virtual tiene la característica de desarrollarlo todo en un terreno fundamentalmente simbólico donde nadie cumple la función del *nó*, en especial en las *interficies* del chat.

Se ha considerado al chat como un lugar antropológico en términos de Augé: un lugar de identidad que se cumple por la palabra (Augé, 1996:83). Las salas de chat son un espacio habitado por la *palabra* de los navegantes con registros muy novedosos en el que se preferencia la construcción de la identidad por sobre la generación de vínculo social. En primer lugar, el chat posee su propio lenguaje, ha fusionado el lenguaje escrito, el lenguaje hablado y el uso de *emoticons* para emular una conversación cara a cara a través de tácticas lingüísticas basadas en la economía de

las palabras, las frases y en el valor simbólico de la imagen, por lo cual los signos utilizados en el chat tienen la finalidad de alcanzar al otro de forma más personal, transmitir sensaciones y sentimientos. En segundo lugar, el anonimato es pieza fundamental del simulacro en el chat, no sólo se empieza por asumir una máscara –*nickname*– sino por construir una identidad o identidades ficcionales, así no sólo se pretende estar cara a cara con el otro, sino como si se *fuese* otro. En tercer lugar, el juego de roles adoptado por los *chateadores* es aceptado como natural, se parte de la premisa: *creer en lo que el otro dice* como si fuese verdadero, no hay cabida para la duda ni para la interpelación; se trata de construir relaciones para seducir entre sujetos simulados. Y finalmente, la pérdida de la noción entre realidad y ficción asumiendo la posibilidad de construir una realidad virtual marginal al mundo real elaborada sobre discursos como la amistad, el sexo y la juventud. Términos como la amistad son resemantizados dentro del simulacro, se llama amistad a la relación basada en la fe en el otro con estéticas desinhibidas sin consecuencias en el mundo real, donde se busca la gratificación inmediata del goce; por ello, las *amistades* del chat tienden a durar poco y a terminar del mismo modo en que se inician: intempestivamente. Razón por la cual, para comprender la naturaleza del chat es necesario explorar los mapas conceptuales y los sistemas de signos propios de los *chateadores* que desvelan la importancia de la representación simbólica dentro del estudio de la cultura de la web.

La pantalla de este modo intercambia la presencia y la ausencia tanto en los no lugares como en los *lugares* de la web, crea la distancia en donde tiene lugar la representación, el *phántasma* que se convierte en la imagen de la cosa.

Bibliografía

- Augé, Marc (1996). *Los "no lugares" o espacios del anonimato*. Barcelona, Editorial Gedisa. Barcelona.
- Aristóteles. *Poética* 1457b
- Barthes, Roland (1982). *El placer del texto*. México, Editorial Siglo XXI.
- Baudrillard, Jean (1983). *Simulations*.
<http://65.161.65.84/frownland/text/simulations/simulations.html>
- Bergson, Henri (1940). *La risa*. Madrid, Editorial Espasa Calpe.
- Bolter, Jay David (1991). "Electronic signs" en *Writing Space: The Computer, Hypertext, and the History of Writing* (Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
<http://www.rochester.edu/College/FS/Publications/BolterSigns.html>
- Booz / Allen / Hamilton
<http://www.bah.com/bahng/SilverDemo?PID=Home.html>
&NGPgID=HOME&contType=TABLE&dispType=HTML
- Bourdieu, Pierre (1975). *El oficio de sociólogo*. Buenos Aires, Siglo Veintiuno Editores.
- Bourdieu, Pierre (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona, Editorial Anagrama.
- Castoriadis, Cornelius (2002). *La institución imaginaria de la sociedad*. Barcelona, Tusquets Editores.
- Descartes. *Carta de Descartes a Gibieuf*. (19 de enero de 1642).
- Eco, Umberto (1999). *Lector in Fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*. España, Editorial Lumen.
- Eco, Umberto (2000). *Tratado de semiótica general*. Barcelona, Editorial Lumen.
- Enaudeau, Corinne (1998). *La paradoja de la representación*. Buenos Aires, Editorial Paidós.
- Ferrés, Joan (2000). *Educación en una cultura del espectáculo*. Barcelona, Editorial Paidós.
- Figuerola, José Antonio (2003). "Objetivo militar: la abstracción. La crueldad en la guerra colombiana". En *Revista Íconos* # 16
- Foucault, Michel (1996). *Las palabras y las cosas*. México, Editorial Siglo XXI.

- Freud, Sigmund (1973). Contribución a la concepción de las afasias. Buenos Aires, Editorial Nueva Visión.
- Freud, Sigmund (1976). *Totem y tabú*. Obras Completas Vol. XIII. Buenos Aires, Amorrortu Editores.
- Grusinski, Serge (2001). *La colonización de lo imaginario. Sociedades indígenas y occidentalización en el México español. Siglos XVI-XVIII*. México, Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Hall, Stuart (1997). *Representation. Cultural representations and signifying practices*
- Great Britain, The open university.
- Heiddeger, Martín (1962). “La época de las ‘concepciones del mundo’”, en *Chemins qui ne mènent nulle part*. Francia, Edit. Gallimard.
- Jameson, Fredric (1992). *El posmodernismo o la lógica del capitalismo avanzado*. Barcelona, Editorial Paidós.
- Lacan, Jacques (1960). *La función y el campo de la lengua y el lenguaje en el psicoanálisis*. Escritos. México, Editorial Siglo XXI. pp. 68
- Lacan, Jacques (1999 a) *Seminario 11, “Contracanto” Le Fou d’Elsa*, Aragon. Buenos Aires, Editorial Paidós. Buenos Aires. pp. 25
- Lacan, Jacques (1964). *Seminario 11. Los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis*. Buenos Aires, Editorial Paidós.
- Landow, George P. (1992). *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona, Editorial Paidós. Hipermedia 2.
- Lévi-Strauss, Claude (1979). *The Raw and the Cooked*. London
- Lévi-Strauss, Claude (1984). *Palabra dada*. Madrid, Editorial Espasa Calpe.
- Lévy, Pierre (1999). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona, Editorial Paidós.
- McDowell, Linda (2000). *Género, Identidad y Lugar. Un estudio de las geografías feministas*. Madrid, Ediciones Cátedra.
- Merleau-Ponty (1964). *El ojo y el espíritu*. Barcelona, Editorial Paidós.
- Moreno Muñoz, Antonio (2000). *Diseño ergonómico de aplicaciones hipermédia* Barcelona, Editorial Paidós.
- Nelson, T. H. (1981). *Literary Machines*. Swathmor, Pa. Publicación propia.
- Nietzsche, Friedrich (1998). *La Gaya Ciencia*. Barcelona, Editorial Alba.
- Peña, Jorge. *Hacia el contenido de la comunicación de masas: la semiótica* http://www.nombrefalso.com.ar/materias/apuntes/pena_2.html

- Pierce, Charles (1939). "Collected Papers". En Umberto Eco, *Tratado de Semiótica General 2000*. Barcelona, Editorial Lumen.
- Pierce, Charles (1986). *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires, Editorial Nueva Visión.
- Platón. *Georgias 523*
- Polidoro, Piero. <http://digilander.libero.it/pieropolidoro/lezioni.htm>
- Pontalis, J. B. *La melancolía del lenguaje* pp. 2.
http://www.educ.ar/educar/servlet/Downloads/S_BD_ZONAEROGENA/ZE3802.PDF
- Quéau, Philippe (1995). *Lo virtual. Virtudes y vértigos*. Barcelona, Editorial Paidós.
- Revilla, Ana C. *Lectura y escritura en el hipertexto*
<http://www.ucm.es/info/especulo/numero22/hipertex.html>
- Sartre, Jean Paul (1940). *Lo imaginario*. Buenos Aires, Editorial Losada.
- Serres, Michel (1995). *Atlas*. Madrid, Editorial Cátedra.
- Sexe, Néstor (2001). *Diseño.com*. Argentina, Editorial Paidós. Estudios de Comunicación.
- Siri, Laura (2000). *Internet: búsquedas y buscadores*. Buenos Aires, Editorial Norma.
- Turkle, Sherry (1995). *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona, Editorial Paidós.
- Virilio, Paul (2003). "El último vehículo". En, *Videoculturas de fin de siglo*. Madrid, Editorial Cátedra.
- Wallace, Patricia (2001). *La psicología de Internet*. Barcelona, Editorial Paidós.
- Zizek, Slavoj (1994). *¡Goza tu síntoma!* Buenos Aires, Editorial Nueva Visión.
- Zizek, Slavoj. *The unbearable lightness of the virtual*.
www.ifdesign.de/inhalt-icsid2_programm_e.html

Sitios web visitados

Presidencia de la República del Ecuador.

<http://www.presidencia.gov.ec/default.asp> Fecha: Noviembre y Diciembre 2003.

Interactive. <http://www.interactive.net.ec>

Fecha: meses de noviembre y diciembre 200

Chasquinet. <http://www.somos-telecentros.org> <http://www.chasqui-net.org>

Fecha: Noviembre y Diciembre 2003

Presidencia de México. <http://www.presidencia.gob.mx/>

Fecha: Diciembre 2003

The Manor Chat. www.palace4all.de/download.php3

Fecha: Noviembre y Diciembre 2003